

FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS
COMUNICATIVAS EN LAS Y LOS JÓVENES DEL
HOGAR JUVENIL CAMPESINO DE NEIRA

ANA MARÍA LÓPEZ ROJAS
MARIO ANDRÉS RAMÍREZ MEJIA

Asesora:
LAURA VICTORIA GÓMEZ
Comunicadora Social y Periodista

UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
SEMINARIO DE GRADO
MANIZALES
2003

FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS
COMUNICATIVAS EN LAS Y LOS JÓVENES DEL
HOGAR JUVENIL CAMPESINO DE NEIRA

ANA MARÍA LÓPEZ ROJAS
MARIO ANDRÉS RAMÍREZ MEJIA

UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
SEMINARIO DE GRADO
MANIZALES
2003

CONTENIDO

	Pág.
1. ANTECEDENTES	6
2. AREA PROBLEMÁTICA	8
3. PRESENTACION	9
4. OBJETIVOS	11
4.1 OBJETIVO GENERAL	11
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
5. MARCO TEÓRICO	12
5.1 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL	12
5.2 COMUNICACIÓN Y CULTURA	18
5.3 COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN	24
5.3.1 Comunicación en la educación.	26
5.3.2 Educación para la recepción de medios	26
5.3.3 Educación y nuevas tecnologías	27
5.4 PARTICIPACIÓN	28
5.4.1 Interacción	28
5.4.2 Construcción	28
5.4.3 Bienes colectivos	29
	Pag.

5.5	COMPETENCIAS COMUNICATIVAS	29
5.6	JUVENTUD RURAL	32
5.7	METODOLOGÍA	34
6.	RESULTADOS	40
6.1	RESULTADOS CUALITATIVOS DEL PROYECTO	42
6.2	RESULTADOS CUANTITATIVOS DEL PROYECTO	44
7.	RECOMENDACIONES	45
	BIBLIOGRAFÍA	46

LISTA DE ANEXOS

	Pag.
Anexo A. Módulo de capacitación para fortalecer competencias comunicativas	49
Anexo B. CD (Magazín Radial)	50

1. ANTECEDENTES

En Europa, cada día son más comunes las zonas rurales que se organizan para acoger a algunas personas que llegan de la urbe buscando la opción de establecer su vida en el campo. Este tema fue tratado en un Seminario realizado en noviembre de 1999 en la región de Limousin, Francia.

Con el propósito de mostrar los atractivos turísticos de la región, el Consejo Regional de Limousin puso en marcha un plan llamado la Célula de Acogida, cuyo objetivo fue informar, orientar y acompañar a todas las personas que presentaron proyectos encaminados a tal fin.

Para el efecto, se vieron en la necesidad de concienciar a los habitantes de la zona, sobre la riqueza natural que poseían para ofrecer a los visitantes. Fue una tarea difícil ya que ésta era una característica que ni siquiera había motivado a los jóvenes de la región para quedarse habitando en ella.

La labor se centró en el reconocimiento y el sentido de pertenencia por el territorio; de la misma manera se enfocó el esfuerzo hacia la visualización de la necesidad de repoblarlo y de lograr acciones innovadoras para recibir e integrar a los nuevos habitantes.

Hoy en día, el 80% de la población del Limousin está apropiada de la importancia de contar con nuevos habitantes dentro de la región.

Es indispensable tener en cuenta que los medios de comunicación como los impresos y la televisión, jugaron un papel determinante en la consecución del objetivo.

Una de las lecciones aprendidas durante la ejecución del proyecto, fue que “el medio rural debe ser portador de innovaciones y que los actores locales deben ser proactivos y no contentarse de defender lo que ya existe”. (Legrand, 2000)¹

¹ DIRVEN, Martine. La contribución de lo rural al desarrollo y el potencial de la juventud. [en línea]: Unidad de Desarrollo Agrícola, CEPAL. Chile. Disponible en <<http://www.iica.org.uy/redlat/Mat/index1.htm>>

Por otra parte, también es importante destacar que en Suecia, durante el año 2000, se generó una movilización de comunidades rurales conformadas por familias jóvenes con niños, cuando se iban a cerrar unas escuelas locales. Para ello, se unieron a la prensa y realizaron una campaña de comunicación para hacer visible lo que estas comunidades ofrecían en términos de vivienda, servicios y empleo.

2. AREA PROBLEMATICA

Después de realizar con los jóvenes del Hogar Juvenil Campesino de Neira, un diagnóstico participativo para que ellos mismos visualizarán la situación en cuanto al fortalecimiento de sus competencias comunicativas, se identificó la dificultad para hablar en público, manifestada en la inseguridad que proyectan al hacerlo, el mal manejo que le dan al altoparlante de la Institución, utilizado únicamente para poner música y para definir los cambios de clase. Por último, evidenciaron el deseo de descubrir “nuevas formas para comunicarse”.

A partir de esto, se establecieron los lineamientos de este Proyecto y se definió el área de trabajo que le apuntó a fortalecer las falencias evidenciadas en el diagnóstico.

3. PRESENTACION

Preguntarse por el papel que puede jugar la comunicación en el marco del Hogar Juvenil Campesino de Neira, se convierte en un reto que desde su génesis, hace pensar en las acciones que faciliten el logro de resultados concretos, coherentes por supuesto, con un contexto y una dinámica social tejida alrededor de gustos, intereses y prácticas particulares que obligan definitivamente a un hacer y a un pensar, cuyo enfoque no pierda de vista dichos imaginarios sociales.

Inicialmente, el apropiarse de un objetivo como el de "Contribuir activamente a la formación integral y apropiada de los jóvenes campesinos, para que sean líderes de las comunidades y autores de su propio desarrollo y del cambio social que asegure una Colombia nueva", centra una posición comunicativa desde la perspectiva del desarrollo social, y sin lugar a dudas, marca una línea metodológica en la cual la participación, la multiculturalidad, la autogestión, las diferentes estéticas y las necesidades particulares, se convierten en los componentes esenciales de un proyecto de comunicación.

En este sentido, vislumbrar la importancia de fortalecer las competencias comunicativas de los y las jóvenes que hacen parte de esta institución, le apunta a un perfil que desde la mirada Chomskiana, es el de una persona que "sabe hacer" en contexto. De ahí que fortalecer este tipo de competencias, facilite el hacerse visible, y por ende, pasar a formar parte de lo público, de lo que se conoce y se reconoce; aspecto que definitivamente, implica la toma de decisiones.

También es indispensable tener en cuenta que dicha visibilidad gesta el fortalecimiento de liderazgos a partir de las competencias comunicativas, lo cual hace más viable lograr la misión de "ofrecer a través de los Hogares Juveniles Campesinos una formación integral, entendida como el desarrollo de las capacidades, los valores, y competencias del comportamiento y del rendimiento, en donde cada persona sea capaz de actuar autónoma, responsable y trascendentemente".

Es precisamente aquí donde se hace evidente el reto de la comunicación dentro del Hogar Juvenil Campesino de Neira. Por una parte, la búsqueda tiende a lograr procesos participativos que involucren a toda una comunidad educativa en la consolidación de proyectos, cuya construcción sea colectiva y por ende, haya una apropiación por parte de las personas vinculadas a ellos.

Por otra, entender la participación también como una posibilidad de acceder y “construir lo público”, además de brindar elementos para lograr argumentos críticos que motiven la toma de decisiones personales, institucionales, locales, regionales y por qué no, nacionales.

Seguramente, un proyecto con estas características, cuyo objetivo busca transformaciones culturales y sociales no se desarrolla con el fin único de lograr resultados manifiestos en productos mass mediáticos, se lleva a cabo con la intención de lograr un proceso, donde la comunicación adquiriera nuevas dimensiones y pueda convertirse en una herramienta para que los y las jóvenes del Hogar, logren resultados en términos de “desarrollo social sostenible”.

En este sentido, el material que se presenta a continuación, da cuenta de una metodología, (apoyada en la educomunicación y en la comunicación para el desarrollo rural) que buscó fortalecer competencias comunicativas en los y las jóvenes del Hogar Juvenil Campesino de Neira, a partir de las necesidades identificadas por ellos mismos.

Resulta indispensable especificar que los resultados del proceso que se presenta a continuación, se hacen evidentes en el fortalecimiento que tuvieron los y las jóvenes del Hogar Juvenil Campesino, en cuanto a capacidades de lectoescritura, fortalecieron también su capacidad para trabajar en equipo, para generar consenso, para relacionarse con grupos de interlocutores nuevos, para aprender a buscar lenguajes comunes y lograr así un mejor entendimiento con la gente.

De la misma manera, fortalecieron el manejo del lenguaje corporal y lograron utilizar la comunicación como una herramienta para facilitar la solución de conflictos.

Lograron también una mayor seguridad al hablar en público, aprendieron a utilizar el lenguaje radial como un elemento para contar lo que ellos saben, y para decir lo que quieren decir de la forma como desean. Desde su lenguaje y desde la particularidad de su contexto.

Estos logros, llevan intrínsecos los altos niveles de confianza, autoconfianza y autoestima, que debieron alcanzar para dirigirse a la gente con plena seguridad de sí mismos. Hicieron consciente el valor de su expresión, de su palabra, de su conocimiento y de los mensajes que ellos pueden emitir sobre su propia realidad

A manera de sistematización de la experiencia, el grupo gestor del proyecto presenta un módulo de capacitación (Ver Anexo A) y un Magazín Radial (Ver Anexo B) producido por el equipo a partir del conocimiento construido durante las 20 sesiones de taller.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Fortalecer en los y las jóvenes del Hogar Juvenil Campesino de Neira, competencias comunicativas que les faciliten expresar sus intereses e incluir sus puntos de vista en las decisiones que los afectan, teniendo así la oportunidad de ejercer sus derechos de ciudadanos en los debates públicos.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Elaborar a partir del intercambio de experiencias, información e ideas, un módulo de capacitación en comunicación para fortalecer las competencias comunicativas de los y las estudiantes del Hogar Juvenil Campesino de Neira (Caldas).
- ✓ Aplicar una estrategia alternativa en la elaboración de un módulo de capacitación en comunicación para fortalecer competencias comunicativas en los y las jóvenes del Hogar Juvenil Campesino de Neira (Caldas).
- ✓ Lograr a través de la participación en el proceso que los y las jóvenes se identifiquen y apropien del proyecto para que de esta forma adquieran para con él un alto nivel de compromiso que garantice su sostenibilidad.
- ✓ Redimensionar la perspectiva de la comunicación dentro del Hogar Juvenil Campesino, para entenderla también como un proceso que posibilita transformaciones culturales y sociales.

5. MARCO TEÓRICO

Tener en cuenta el enfoque de un proceso cuyo planteamiento responde a la perspectiva de la “comunicación para el desarrollo social rural” hace pensar en diferentes elementos que se convierten en los ejes transversales de la propuesta. Por tal motivo, los referentes conceptuales asumidos para el desarrollo de este proyecto surgen inicialmente por la necesidad de dar una respuesta teórica, coherente con la metodología elegida y por ende con la mirada de la comunicación para el desarrollo. Por supuesto, la búsqueda al definir estos conceptos le apuntó a ligarlos con las situaciones finales a las cuales se pretendía llegar después de llevar a cabo la propuesta.

En este sentido, fue indispensable definir, primero que todo, lo que desde este proyecto se iba a entender por comunicación para el desarrollo social y, a partir de esto, se establecieron otros conceptos cuyo papel dentro de la ejecución de la propuesta cumplían una función determinante.

Por este motivo, se pensó en la necesidad de definir la comunicación en relación con la cultura y con la educación, además de dilucidar, desde la perspectiva del proyecto, un concepto como el de participación, que sin lugar a dudas atraviesa cada uno de los ejes temáticos que sustentan teóricamente la propuesta.

Finalmente se identificó también la importancia de establecer, por un lado, la definición de competencias comunicativas, ya que el fortalecimiento de éstas en los jóvenes actores del proceso fue el objetivo generador de la propuesta. Y por otro, definir al sujeto que convoca para desarrollar este proyecto, los jóvenes en el ámbito rural.

5.1 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL

Antes de asumir este campo relacional, resulta indispensable tener en cuenta el concepto de desarrollo desde una perspectiva prioritariamente humanista, retomando la concepción de “desarrollo a escala humana”²; y además, explicar cómo se involucra la comunicación en el desarrollo humano y social, lo cual permite entonces definir el concepto de Comunicación para el Desarrollo.

² MAX-NEEF, Manfred, ELIZALDE, Antonio y HOPENHAYN, Martín. *Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro*, CEPAUR y Fundación Dag Hammarskold, Medellín, 1997.

Para el efecto retomamos a Manfred Max Neef, Antonio Elizalde y Martín Hopenhayn, tres autores que se refieren a una concepción de desarrollo sustentada en la generación de niveles crecientes de autodependencia y en la búsqueda del equilibrio entre los procesos globales con los comportamientos locales, entre lo personal y lo social, entre la planificación y la autonomía, y entre la sociedad civil y el Estado³.

De esta manera, se propone la actuación consciente y permanente de los seres humanos, su protagonismo real en todas las esferas de la vida pública y privada, como medio para que las personas pasen de ser concebidas como “objetos del desarrollo”, a “sujetos” del mismo, lo que significa pensar el desarrollo como un proceso organizativo que se gesta desde las comunidades de base, y que puede promover relaciones sociales más equitativas y cooperativas.

Lo anterior permite establecer que entendemos por desarrollo: Toda actuación local que permita prácticas democráticas y participativas, que puedan contribuir a la conformación de comunidades autónomas, con capacidad para la toma de decisiones y con habilidades para la autogestión.

Entendido el fenómeno del desarrollo, podemos explicar el papel de la comunicación frente a éste como estimulador de soluciones creativas congruentes con las aspiraciones reales de las personas, con su cotidianidad y experiencia vital, es decir, convertirse en estrategia para la acción social que contribuye a mejorar las condiciones de vida de la comunidad a través de una mirada interactiva de las prácticas sociales, las formas de organización, las estructuras políticas, los valores y las normas, los comportamientos y actitudes, en fin, una revisión de todo proceso local que muestre las formas de ser, tener, hacer y estar.

De esta manera, se identifica una corriente que procura desencadenar la participación consciente de los seres humanos en las transformaciones de la sociedad, la comunicación para el desarrollo social.

Es esta comunicación la que hace énfasis en la apertura de oportunidades de expresión, interacción, diálogo para todos los ciudadanos y en el fortalecimiento de las competencias para que todos puedan aprovecharlas efectivamente. Esta comunicación haría parte de los procesos de planeación que intentan condensar todos los ámbitos de la vida social local.

³ MAX-NEEF y otros. Op. cit.

Otros autores como Rosa María Alfaro, Boaventura de Souza, Antonio García, Fernando Reyes, Renato Ortiz, José Miguel Pereira, entre otros, también se han preocupado por el papel de esta comunicación, en primer lugar, como corriente ligada a las culturas populares y los movimientos sociales retomando las dimensiones de lo local, lo cotidiano, lo micro y lo territorial. En segundo lugar, articulada a la temática de los estudios sobre recepción y consumo cultural como una manera de comprender la complejidad cultural de nuestras sociedades y de retornar el interés al “sujeto”, pues al examinar los procesos de recepción se mira también cómo las personas codifican y resemantizan los mensajes de los medios de comunicación masiva. En tercer lugar, relacionada con los “nuevos modos” de habitar el espacio y el tiempo que a las personas les ha correspondido vivir, es decir, la manera como las personas se acercan a las redes de información y conocimiento para interactuar en lo local con lo global. En cuarto lugar, ligada al papel que cumple el campo cultural en los procesos de desarrollo socioeconómico no como legado patrimonial sino como posibilidad de procesos de democratización cultural.

Todo esto lleva a pensar el amplio campo que involucra la comunicación para el desarrollo y que ella es una corriente transversal a los aspectos de la vida sociocultural de las comunidades, es decir, compromete aspectos como la educación, la salud, la vivienda, la alimentación, el medio ambiente, la equidad, la recreación, la creación, el ocio, la producción simbólica – cultural, y en general, la manera como la sociedad da forma a su tejido social.

Por esta razón, retomamos la propuesta del investigador José Miguel Pereira, quien plantea la conveniencia de entender la comunicación para el desarrollo como la comprensión de “las acciones y estrategias de comunicación en diversos planes y proyectos como ciencia y tecnología, salud, educación, medio ambiente, gestión cultural, etc”⁴.

Todo lo anterior para poner de manifiesto que este proyecto entiende a la Comunicación para el desarrollo como "una acción estratégica cuya función primordial es desencadenar, a partir de estrategias comunicativas - participativas, iniciativas que convoquen a los individuos y los pongan a interactuar entre sí, promoviendo el desarrollo social."⁵

⁴ PEREIRA, José Miguel. Comunicación en contextos de desarrollo: balances y perspectivas. *En*: Signo y Pensamiento. Bogotá: Universidad Javeriana. Departamento de Comunicación. (1998).

⁵ ALZATE GIRALDO, Alexandra y GONZÁLEZ RINCÓN, Luz Adriana. Criterios comunicativos para la participación social en el desarrollo local. Manizales, 2001. 55p. Tesis (Comunicador Social y Periodista). Universidad de Manizales, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

Queda claro que una mirada desde la comunicación para el desarrollo requiere un estilo diferente en la relación y dinámicas que se establezcan con las comunidades; de esta manera, cada individuo y cada comunidad es sujeto de derechos y deberes, con plena capacidad de decisión. En esta medida, se establecen relaciones donde la construcción colectiva de los procesos y proyectos, identifica los sueños, las necesidades y los imaginarios que tiene la gente sobre su región, su ciudad, su país y su mundo.

Es evidente que la comunicación para el desarrollo sugiere otras lógicas, más aún desde los medios de comunicación, algunos de ellos para lograr la alternancia se sustentan en la comprensión oportuna de las necesidades de la comunidad, tienen propósitos claros de mejorar la calidad de vida de la gente, asumen la participación desde otras perspectivas y sobre todo, buscan relaciones democráticas con el Estado y equitativas entre unas culturas y otras.

Desde este punto de vista, la comunicación para el desarrollo social asume un reconocimiento de lo local y de las necesidades de la gente. Además, pone de manifiesto la heterogeneidad cultural, la identidad, las costumbres, los sueños y las problemáticas particulares de las personas.

Este reconocer una comunidad desde la particularidad, implica una conexión e interacción directa con ella, tener en cuenta sus distintos puntos de vista, sus intereses y sus opiniones, lo cual conlleva a construir nuevos discursos que realmente identifiquen y representen a la gente.

Por lo tanto, los procesos enmarcados bajo el enfoque de la comunicación para el cambio social proponen un acercamiento a las identidades, subjetividades y sensibilidades de las comunidades; no son los medios de comunicación como tal, sino el promover opciones para que surjan propuestas que le apuesten, por ejemplo, a fortalecer medios impresos, emisoras o canales, a través de los cuales las comunidades puedan hacer un intercambio de sentires, conocimientos, experiencias y culturas.

Sin duda, la apuesta ahora es por la multiculturalidad, "...el mundo de la comunicación generalizada estalla con su multiplicidad de racionalidades locales, minorías étnicas, religiosas, sexuales, culturales, estéticas, etc., que toman la palabra y dejan de ser finalmente acallados y reprimidos por la idea de que sólo existe una forma de humanidad verdadera y digna de realizarse. Este reconocimiento de lo particular, de la pluralidad de concepciones ha puesto en evidencia las limitaciones del discurso científico. El conocimiento posible es local, es más, la construcción de lo real pasa ahora por el pensamiento micro; este desplazamiento hacia las formas, más que a las

esencias (Foucault), no -sólo hace posible la comprensión de algo que desde los discursos totalizantes era imposible.”⁶

Se plantea entonces la gran apuesta de la comunicación para el cambio social: es posibilitar una construcción colectiva y una búsqueda de opciones para solucionar problemáticas, satisfacer necesidades y preocupaciones. Seguramente, el camino que se puede emprender para lograrlo es el de la participación, con todas las implicaciones del término.

La perspectiva de la comunicación para el desarrollo plantea entonces un modelo de comunicación que reconfigura la lógica del emisor - medio - mensaje – receptor y propone un receptor emisor de sus mensajes dentro del proceso comunicativo. De esta manera, se le apuesta a la existencia de un “emirec”; denominado así por ser gestor de su propia reflexión y conocimiento.

En este sentido, desde la comunicación para el cambio social se le apuesta también al fortalecimiento de lo democrático, en la medida en que, a través del intercambio de los diferentes mensajes emitidos, se posibilita un ambiente para el debate social, para la participación de diversos actores, el seguimiento a las responsabilidades de distintos segmentos de la sociedad, contribuyendo así a la formación de consensos sociales.

Desde esta perspectiva los mensajes en la comunicación para el desarrollo corresponden a las expectativas de quienes se está hablando y cuentan con la participación de ellos en su elaboración.

Todos estos procesos son sin duda el resultado del aprendizaje y de la evolución de la comunicación como proceso y no como producto, teniendo en cuenta que el enfoque actual, evidencia que lo que se pretende es lograr una construcción conjunta con la comunidad y un seguimiento real de lo que los materiales pueden generar dentro del grupo participante en los procesos sociales.

Entendido de esta manera, los medios por ejemplo, pueden asumirse desde una mirada, donde al contrario de desintegrar unan a la gente para trabajar por los mismos objetivos, dejan de ser excluyentes y se convierte en un espacio para la expresión democrática y además, para generar las condiciones que permitan elaborar consensos, para reconocer al otro, para expresar disensos y para reconocer la diversidad. “Solamente cuando hay un conocimiento general de las necesidades y problemáticas

⁶ ZULETA, Estanislao. Democracia y Participación. En: Foro. No. 6. (1998). En: FRANCO ARBELAEZ, Alfonso. Tenemos la Palabra. Enfoques Multiculturales de la comunicación participativa en Colombia. Bogotá, 1997.

conjuntas se puede hablar de una aprobación del sentido de colectividad. Existe identidad cuando hay una verdadera asimilación de los significados compartidos y cuando se ha encontrado la lógica de la convivencia.”⁷

De esta manera, los medios se convierten en herramientas que pueden articular a las personas, lograr la interacción, el reconocimiento y recobrar el término comunidad en toda su extensión, lo consideran más allá de la ubicación geográfica y espacial, lo consideran en el sentido de compartir intereses y de hacer prevalecer los intereses colectivos sobre los individuales. En este sentido, comunidad se refiere a la unidad de la gente para lograr objetivos comunes; por esto, la comunidad la hacen las metas y no los espacios, no la ubicación territorial.

El reconocer la voz de distintos grupos sociales, el brindar información a la comunidad para ampliar su visión o sus marcos de referencia, el ser potenciador y narrador de lo social, implica asumir el papel de los medios de comunicación (comunitarios o no) de una manera diferente, en la que no sean simples herramientas de apoyo sino que ocupen un eje central y se conviertan también en otras formas de fomentar los procesos de participación que vinculen a todos los grupos de una comunidad.

En este sentido, “la comunidad aparece como la gran mediación pedagógica. Mediación de: concientización, de participación, de solidaridad, de movilización. Ella es la que va a permitir a cada uno y a todos en común asumir su propio lugar y su papel en la transformación colectiva de la realidad.”⁸

De esta manera, los medios se pueden reconfigurar como espacios de encuentro y también de des-encuentro, esto si tenemos en cuenta que ellos asumen la diversidad ideológica, religiosa, de género, étnica (todo tipo de diversidad) como aspectos que enriquecen la construcción social. De ahí que cuando exista des - encuentro de opiniones y de posiciones, sea un punto de diferencias que propicie el debate entre la gente y alimente la visión de los emirec para interpretar su realidad y su contexto.

⁷ MARTÍNEZ OJEDA, Betty. Una visión antropológica, simbolismo sociocultural: fundamento de participación. Tenemos la palabra. Enfoques multilaterales de la comunicación participativa en Colombia. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, 1997.

⁸ SIERRA GUTIERREZ, Luis Ignacio. Comunicación participativa desde la investigación. Tenemos la palabra. Enfoques multilaterales de la comunicación participativa en Colombia. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, 1997.

5.2 COMUNICACIÓN Y CULTURA

La cultura de masas, vista desde el consumo, ha generado sociedades identificadas con todo y con nada al mismo tiempo, sociedades homogeneizadas por productos que no las identifican y por un "discurso dominante" que sólo confiesa la ideología de la clase en el poder la cual pretende unificar lenguaje, gustos y pensamientos.

Con respecto a lo autoritario, y considerando la existencia de lo opuesto, resulta lo alternativo, que claro, intenta cambiar la dinámica del discurso homogeneizante y plantear una construcción colectiva de éste. Dicha construcción por supuesto, responde directamente a las necesidades, deseos, sueños y objetivos de quienes la conciben.

Lo alternativo entonces surge con un propósito de transformación de los procesos de comunicación lineales y como una propuesta que involucra a las comunidades en la identificación de sus necesidades, de las estrategias para lograr satisfacerlas y sin duda, en la ejecución de éstas, que después de haber sido construidas en conjunto, generan un alto nivel de compromiso y pertenencia.

Desde este punto de vista la comunicación se entiende como el espacio en el cual es posible enlazar interacciones sociales, además se convierte en una oportunidad para repensar al ser humano desde diferentes contextos (político, social, cultural, económico, generacional).

Sin embargo, el pluralismo, la multiculturalidad, el reconocimiento de las diferencias y el respeto por el otro fueron necesidades evidenciadas en la última década, pero esta perspectiva de alteridad no fue suficiente; “era necesario crear mecanismos para legitimar al otro públicamente como actor social y para que pudiera hacer exigibles sus derechos. No obstante, el discurso ha sido mucho más veloz que la capacidad del cuerpo social, de las instituciones y de las grupalidades mismas para aceptar o asumir semejante cambio. Una vez más el problema de fondo es un problema de comunicación-cultura.”⁹

Sin duda, todo este cambio resemantizó el concepto de ser sujeto y se empezó a plantear un marco cultural necesario para definirlo, dentro de éste la tendencia se orientó hacia el consumo y la abstracción mediática. El cine, la música, la televisión, la radio, los impresos y la internet se constituyeron como un escenario más de socialización en el cual se articulaba un modus vivendi, identidades, y formas de decodificar la realidad.

⁹ MUÑOZ, Germán. Diálogos estratégicos: Comunicación y cultura. s.p.i. p. 43.

Si hablamos del sujeto y de sus nuevos escenarios de socialización donde se configuran procesos de producción de sentidos y significados, es necesario tener en cuenta que: “Los procesos de producción de subjetividad son las diversas maneras que tienen los individuos y colectividades para constituirse como sujetos : esos procesos sólo valen la pena en la medida en que al realizarse, escapen de los poderes dominantes. Aunque ellos [los sujetos] mismos se prolonguen en nuevos poderes... tienen en su momento una espontaneidad rebelde”¹⁰

En este sentido y considerando los planteamientos de Germán Muñoz en su texto *Diálogos Estratégicos. Comunicación y Cultura*, encontramos que la nueva tendencia de la comunicación empezó a implementar modelos culturales ajenos a las poblaciones hacia las cuales se dirigían los planes de desarrollo, hecho que se hizo cuestionable y que a la postre reorientó las propuestas de estudiosos de la comunicación y de los críticos del desarrollo que visualizaron la importancia de proponer modelos cuyas raíces provinieran de las mismas culturas.

El nuevo enfoque de la comunicación planteó entonces una búsqueda de modelos distintos a los tradicionales, modelos que superaran la lógica de emisor - canal - mensaje - receptor. Aquí, el receptor es emisor y receptor de sus mensajes, es sujeto afectado y afectante dentro del proceso comunicativo.

Desde este enfoque se planteó otro gran reto en la comunicación para el desarrollo social: Jalonar un proceso que convirtiera a los receptores en emisores de su propia reflexión y práctica, de tal forma que también fueran constructores de su propio conocimiento. Así, se replanteó el modelo lineal (tradicional) emisor – canal - mensaje – receptor por un modelo más complejo en el cual no hay ni emisores ni receptores sino emisores – receptores (emirec) todo el tiempo.

Esta mirada sugiere la posibilidad de generar espacios comunicativos más justos y humanos, donde el contacto con las comunidades sea directo, se conozca el contexto, las costumbres de cada una de ellas, sus inclinaciones, temores, preferencias, objetivos, lenguajes, y narrativas locales; espacios más democráticos en donde entra a jugar la participación, asumiéndola inicialmente como un proceso de comunicación, de decisión, de ejecución y sobre todo, de intervención real en los procesos de la comunidad.

“Pasar de una concepción difusionista de la Información -aunque amplia y sofisticada, con múltiples medios, estrategias y lenguajes- a otra de Comunicación-Cultura, implica, además de las transformaciones delineadas en los medios (hasta llegar a ser actores

¹⁰ DELEUZE, Gilles. *Conversaciones 1972-1990. Pre-Textos*. Valencia: s.n, 1995. p. 275.

protagónicos del conflicto y la vida pública), otra manera de concebir el estatuto ontológico del sujeto y su relación con el objeto, el reconocimiento del agenciamiento político de nuestras acciones, el reconocimiento de que existen no sólo otros lenguajes diferentes al oral y escrito -audiovisuales y digitales- sino que existen otras poblaciones (etnias, generaciones, géneros, territorios) que poseen y expresan otras lógicas y saberes, que involucran la sensación y la emoción, así como formas concomitantes -por no decir alternas- de conocer el mundo, de pensarlo y de actuar sobre él.”¹¹

Esta perspectiva hace pensar en una construcción diferente del ser individual y social, donde el reconocimiento de las diferencias y de la multiculturalidad remite a nuevas lógicas y prácticas comunicativas y posibilita un mayor nivel de comprensión en los ámbitos ético, mítico y político; además de la presencia de varios universos de sentido contruidos desde el sentir de diferentes grupos de la población. De esta manera surge el campo relacional comunicación-cultura.

Históricamente este campo sugiere un paso del modelo “informativo” que propone la comunicación como transmisión de mensajes en forma eficiente, de modo que se pueda influir en comportamientos o estados mentales de otras personas; al modelo “sociocultural” el cual la entiende más como un intercambio de sentidos o significaciones socialmente producidos mediante textos que se insertan en la trama de la cultura¹². Este aspecto entra a proponer un reconocimiento del sujeto, de la diferencia, la heterogeneidad, la diversidad, la producción de subjetividad, y la relatividad de los procesos sociales.¹³

Esto implica entender la comunicación desde otra perspectiva, como primera medida la desliga del producto massmediático y el concepto se amplía para abarcar también todos los escenarios donde se construyen sentido y significación, lo cual quiere decir que al hablar de comunicación también hablamos de cuerpo, expresión, identidades, subjetividades, relaciones, gustos, estéticas, sueños y necesidades de las diferentes poblaciones. “Esta creación permanente es fruto de los actos de comunicación; no existe posibilidad de pensamiento, ni formación integral del individuo, sin la transmisión adecuada de los elementos socioculturales.”¹⁴

Por otra parte, se deja a un lado la concepción de que los medios sólo son vehículos de información y se empieza a centrar la atención en los procesos sociales y de producción de sentidos que se generan a partir de ellos; sin duda este aspecto implica

¹¹ DELEUZE. Op. cit., p. 37.

¹² MUÑOZ, Op. cit.

¹³ MEDINA, Ileana. *Los estudios sobre comunicación masiva en América Latina*. [en línea:]. En: *Latina de Comunicación Social*. No. 1, La laguna (Tenerife), 1998. Disponible en <<http://www.ull.es/publicaciones/latina>>.

¹⁴ MARTÍNEZ, Op. cit., p. 18

tener en cuenta a los sujetos, a los receptores que se dejan de entender como masas pasivas para ser personas con capacidad de crítica; es decir “la capacidad humana de captar del entorno información, elaborarla y devolverla trasformada con los aportes personales, retroalimenta el proceso de comunicación colectiva, le imprime la variedad necesaria para desarrollar un sentido de consenso, que es a su vez, el fundamento normativo de la acción social”.¹⁵ Esto hace referencia a la cultura en la que se encuentran inmersos los diferentes grupos sociales.

“Más que de medios, la comunicación se nos hace hoy cuestión de mediaciones, esto es de cultura, y por lo tanto necesitada no sólo de conocimientos sino de reconocimientos. Un reconocimiento que es, en primer lugar, desplazamiento metodológico para rever el proceso entero de la comunicación desde su otro lado: el de las resistencias y las resignificaciones que se ejercen desde la actividad de apropiación, desde los usos que los diferentes grupos sociales –clases, etnias, generaciones, sexos– hacen de los medios y los productos masivos”.¹⁶ Esto quiere decir que el proceso de comunicación es una actividad que se da dentro de un contexto determinado, es decir, dentro de una cultura específica y está mediado por aspectos como la procedencia geográfica, las instituciones, la videotecnología, la apelación emotiva, la posición socioeconómica y las identidades.¹⁷

Hay que tener en cuenta que la comunicación está relacionada de una forma muy estrecha con la cultura y los cambios que dentro de ella se dan, sin olvidar que “también el lenguaje y la escritura son tecnologías de comunicación.”¹⁸ Y las tecnologías determinan modos de pensar, de sentir, de interactuar de interpretar y de habitar el mundo.

De esta manera es posible identificar que aspectos como la moda, el lenguaje, los espacios de encuentro, la música y todos los sistemas de comunicación humana en general, hacen parte del campo relacional comunicación-cultura que implica también asumir a las nuevas tecnologías, la globalización y la localización dentro del nuevo marco comunicacional.

Es precisamente la globalización la que hoy día permite que las culturas populares se relacionen de una forma continua con la cultura de masas, y desde esta perspectiva “se examinan las culturas híbridas promovidas por las nuevas tecnologías

¹⁵ MARTINEZ, Op. cit., p. 19

¹⁶ MARTÍN-BARBERO, Jesús. Por unas políticas de comunicación en la cultura. En: Gaceta, No. 1, 1989. p. 40.

¹⁷ OROZCO, Guillermo. Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio. México: Universidad Iberoamericana. 1991.

¹⁸ FORD, Anibal. Navegaciones: Comunicación, cultura y crisis. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1996. p. 128.

comunicacionales, por el reordenamiento de lo público y lo privado en el espacio urbano y por la desterritorialización de los procesos simbólicos¹⁹. En este sentido, es vital destacar la importancia de constituir identidades desde el ámbito local; además de tener en cuenta el desarrollo de las comunidades en una constante interacción con la cultura.

Este proceso de interacción permite visualizar a las culturas locales y las de masas, desde la transformación de conceptos de tiempo y espacio, desde las diferencias de género, las relaciones en la vida cotidiana, los conceptos de inclusión, exclusión y por supuesto desde lo urbano y lo rural.

Es evidente que el campo relacional comunicación-cultura es transdisciplinario y en este contexto es posible identificar que: “la comunicación es un elemento transversal a las relaciones de poder, a los procesos de producción económica y de conocimiento, a las evoluciones tecnológicas de la información y, a la constitución de subjetividades singulares y colectivas en la sociedad contemporánea y de esta manera emerge como un lugar estratégico para proponer acciones que afecten lo público.”²⁰ De este modo el proceso comunicativo se comienza a pensar desde lo local y lo particular, lo cual sugiere un enfoque que le apuesta a otras lógicas y prácticas comunicativas.

Entra en juego un concepto que enmarca la comunicación como una herramienta para lograr el desarrollo desde la perspectiva sociocultural de cada población. Cabe decir que la comunicación para el desarrollo se entiende aquí como el espacio en el cual la misma ciudadanía construye sus procesos para mejorar su calidad de vida y encontrar solución a sus problemáticas a través de mecanismos de participación, teniendo en cuenta el planteamiento que hace Adalid Contreras Baspineiro en su texto *Imágenes e imaginarios de la comunicación – desarrollo*.

Por otra parte, retomando el papel de los medios de comunicación desde la perspectiva de la comunicación para el desarrollo, estos se sustentan en la comprensión oportuna de las necesidades de la comunidad, tienen propósitos claros de mejorar la calidad de vida de la gente, asumen la participación desde otras perspectivas y sobre todo, buscan relaciones democráticas con el Estado, las cuales lo entienden más allá de ser el lugar donde se legitima la información y más allá de reconocerlo como la institución que brinda los datos para completarla.

¹⁹ SANGUINETTI, Luciano. *Comunicación y medios. Claves para enseñar una teoría latinoamericana sobre comunicación*, Ediciones de periodismo y comunicación. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata, 2001. p. 106.

²⁰ MUÑOZ, Op. cit., p.20.

En este sentido, desde un enfoque humanista, se propone la actuación consciente y permanente de los seres humanos, su protagonismo real en todas las esferas de la vida pública y privada, como medio para que las personas pasen de ser “objetos del desarrollo”, a “sujetos” del mismo, lo que significa pensar el desarrollo como un proceso organizativo que se gesta desde las comunidades de base, y que puede promover relaciones sociales más equitativas y cooperativas.

Luego de tener claras las implicaciones del desarrollo, se puede explicar el papel de la comunicación frente a éste como estimulador de soluciones creativas congruentes con las aspiraciones reales de las personas, con su cotidianidad y experiencia vital, es decir, convertirse en estrategia para la acción social que contribuye a mejorar las condiciones de vida de la comunidad a través de una mirada detallada de las prácticas sociales, las formas de organización, las estructuras políticas, los valores y las normas, los comportamientos y actitudes, en fin, una revisión de todo proceso local.

De esta manera, se identifica una corriente que procura desencadenar o participar sobre las transformaciones de la sociedad, la comunicación para el cambio social. Martín Barbero la define como “un campo estratégico desde donde pensar los bloqueos y las contradicciones que dinamizan estas sociedades – encrucijada, a medio camino entre un subdesarrollo acelerado y una modernización compulsiva”.

Éste es el gran reto de la comunicación para el desarrollo: responder a una construcción con y desde la comunidad e intentar con ella dar opciones de solución a sus necesidades y preocupaciones. Sin duda alguna, el camino que se puede emprender para lograrlo es el de la participación con todo lo que el término implica.

Hay que tener en cuenta que cuando se habla de comunidades, se pretende una inclusión terminológica y práctica de los ámbitos tanto urbano como rural. Para este efecto es importante definir también la comunicación para el desarrollo en el marco rural como “un conjunto de teorías, habilidades y técnicas necesarias para la recuperación, producción, conservación y reproducción de mensajes, fundamentalmente pedagógicos, destinados a la educación y capacitación tendientes a mejorar las condiciones de vida de los sujetos de desarrollo.²¹

En este nuevo concepto de comunicación, trabajado desde el enfoque rural, la premisa fundamental se centra en la educación y los modelos pedagógicos como los insumos necesarios para construir un desarrollo sostenible que atienda las necesidades de la comunidad, concediendo de este modo mayor importancia al interlocutor. Por otro

²¹ INFODESARROLLO. *Comunicación para el desarrollo*. [en línea]. Disponible en <http://listas.ecuanex.net.ec/pipermail/infodesarrollo/2002_March/000588.html>

lado, este discurso le apunta al compartir, a abrir caminos que posibiliten la reflexión, a apoyar la recuperación de la experiencia, a relacionar texto y contexto, a respetar al otro y a permitir el fortalecimiento de las habilidades comunicativas y el enriquecimiento de la comunicación cotidiana.

Estos procesos gestados con, desde, para y por las comunidades, adquieren un carácter de autosostenibilidad que posiciona la comunicación como el espacio para propiciar construcción de sentidos y facilitar la interacción cultural y la socialización de diferentes grupos de personas. Este enfoque hace pensar en nuevos paradigmas comunicacionales, los cuales, apoyados en las propuestas de Manuel Calvelo Ríos²², sugieren aumentar los niveles de calidad y cantidad de la educación, pues a través de ésta es posible lograr ciudadanos con criterio y con la capacidad para hacerse responsables de sus decisiones, de igual manera, se pretenden unos ciudadanos idóneos y competentes, capaces de ser productivos dentro de los nuevos mercados, aspecto logrado a través de la capacitación. Y por último, se buscan seres humanos participativos que activen procesos democráticos en cuanto a las decisiones que los afectan, un reconocimiento de la democracia participativa más allá de la democracia representativa.

De acuerdo con los nuevos paradigmas propuestos desde la comunicación, el desarrollo y la cultura, no es posible pensar en la evolución científica y en los avances tecnológicos como unos indicadores centrales del desarrollo; éste se da sí y sólo si se involucra a los seres humanos; de lo contrario, “todo proceso denominado de desarrollo no será más que un crecimiento a corto plazo para segmentos muy reducidos de la sociedad cada vez más alejados de grupos crecientes que bordean, o se hunden, en la pobreza.”²³

5.3 COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

El hombre tiene que educarse en la vida, para transformar la realidad en la que vive.
Francisco Gutiérrez.

La comunicación-educación se constituye en un campo de relación tanto desde la práctica como desde la teoría de cada una de las disciplinas. Un campo que no puede ser visto ni desde la comunicación ni desde la educación únicamente, sino desde las

²² CALVELO RÍOS, J. Manuel es geólogo de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Buenos Aires, principal responsable del desarrollo de la propuesta de pedagogía masiva audiovisual para la capacitación en el sector rural. La FAO lo distinguió con el premio SEN al mejor experto en 1985 por su aporte a la comunicación para el desarrollo rural.

²³ CONOCIMIENTO: ESPECIALIZACIÓN en la Comunicación para el Desarrollo Rural. [en línea]. Disponible en < <http://www.fao.org/sd/spdirect/cdan0019.html> >

posibilidades y fenómenos que se dan cuando éstas se conjugan. La relación entre comunicación y educación configura una zona de exploración teórica y práctica aún nueva y no suficientemente explorada. Fueron los comunicadores, especialmente investigadores y profesionales de la educación popular dedicados a medios y formas de diálogo público, quienes lanzaron la primera alerta sobre la importancia de esta asociación.

En cuanto a la introducción de este campo relacional y su abordaje desde un punto de vista global, indudablemente hay que mencionar a Paulo Freire²⁴ como pionero de esta cuestión. Fue él quien en 1971 publicó su ensayo ¿extensión o comunicación? Y a través de éste sentó las bases de la importancia de la comunicación en el proceso educativo.

Este nuevo campo de conocimiento, Comunicación-Educación, es transversalizado por las prácticas culturales e indaga por nuevos procesos de interacción, expresión y formación y por el contexto histórico, político y cultural de las personas inmersas. Frente a esto, "la cultura mediática ha venido a revolucionar las prácticas y las representaciones imaginarias, los lazos sociales y las sensibilidades; y esto se ha metido por las ventanas de las instituciones educativas y en las prácticas que en ella se manifiestan"²⁵, sin embargo, estas transformaciones no sólo se visibilizan con la introducción de los medios al aula, sino también con las nuevas formas de relacionarnos y de comunicarnos con los demás, con las reconfiguraciones de la realidad, de manera especial en las nuevas generaciones (rurales y urbanas) que hacen parte de la cultura escolar.

De esta manera, el campo relacional comunicación-educación se implanta entre la cultura escolar, la mediática y su relación con los sujetos que hacen parte del proceso de aprendizaje, entre ellos los jóvenes. Desde esta perspectiva, hay que ver a los medios y a la escuela como agentes e instancias educativas y socializadoras, a partir de las cuales los jóvenes, como sujetos en proceso de formación, van configurando su mundo, su visión de la vida, e inician sus prácticas ciudadanas y políticas.

En este sentido resulta indispensable mencionar que la relación comunicación – educación se ha desarrollado en tres ámbitos:

‣ Comunicación en la educación.

²⁴ Pedagogo brasileño, quien es el promotor de la "Pedagogía liberadora".

²⁵ HUERGO, Jorge A. Comunicación/educación: Itinerarios transversales. En: Comunicación-educación: Coordenadas, abordajes y travesías. Universidad Central - DIUC. s.l.: Siglo del hombre Editores, 2000. p. 15

- Educación para la recepción de medios.
- Educación y nuevas tecnologías.

5.3.1 Comunicación en la educación. "Este ámbito se ha centrado más en las dinámicas comunicativas que subyacen en la relación pedagógica, en la interacción de los actores del proceso enseñanza-aprendizaje, tanto dentro como fuera de la institución escolar"²⁶, además hace referencia también a la vinculación de la cultura mediática a la escolar.

Es importante tener en cuenta que fue Ricardo Nassif quien hacia los años setenta empezó a hablar sobre este aspecto. Él le apostó a modelar la relación pedagógica en términos de la teoría de la comunicación, con la intención de analizar desde esta perspectiva, el proceso de interacción entre los diferentes sujetos y elementos del procesos de aprendizaje, o de transmisión de conocimientos e información.

El principal objetivo de quienes se han dedicado a este campo relacional, ha sido conectar los saberes que circulan en la escuela con aquellos propios del "mundo de la vida". En este sentido, la propuesta es abandonar el modelo mecánico, denominado "lectura pasiva" del texto escrito, para introducir otros modos de leer en donde quepan textos, relatos y escrituras de diverso orden (oral, audiovisual, multimedial).

Precisamente, es dentro de este enfoque donde se ubican las competencias comunicativas. Éstas se han definido como un "saber hacer en contexto" y están constituidas en un tema que, al interior de la escuela, se ha convertido en el punto de referencia cuando se trata de hablar acerca de los procesos de aprendizaje. Visualizar un proceso a partir de ellas, implica tener en cuenta el desarrollo del conocimiento vinculado al de las capacidades, las habilidades, las actitudes y aptitudes que permiten al estudiante resolver problemas , tomar decisiones y afrontar el entorno social en el que está inmerso. Algunas competencias comunicativas son: leer, escribir, hablar y escuchar.

5.3.2 Educación para la recepción de medios. Este ámbito tiene su origen en los estudios de recepción, que buscaban investigar sobre la relación emisor-receptor y generar un acercamiento y una relación más estrecha ente los sujetos y los medios de comunicación.

El intento de las experiencias que se han llevado a cabo bajo el marco de la educación para la recepción de medios ha sido elaborar una metodología que tenga en cuenta no los medios de comunicación como tal, sino su función mediática. Es decir, las

²⁶ HUERGO, Op. cit.

relaciones que las personas establecen entre ellas, remitiéndolas a las condiciones de recepción, y a las mediaciones múltiples en relación con los productos.

A partir de esta perspectiva surgieron varias vertientes cuya diferencia radica en el enfoque del modelo de comunicación o en el énfasis hecho en alguno de los sujetos que hacen parte del proceso comunicativo. Entre ellas se encuentra la lectura crítica de medios, la recepción activa²⁷, la alfabetización mediática y la educación de las audiencias; vertiente liderada por el mexicano Guillermo Orozco quien ha propuesto el concepto de mediaciones, muy debatido en la época actual. A partir de éste, afirma que el proceso de recepción está mediado por un conjunto de influencias provenientes de la mente del sujeto como de su contexto.

En este sentido, se podría decir que un sujeto alfabetizado mediáticamente, conoce la manera cómo funcionan los medios, los procesos de producción y sus intereses comerciales; es activo cuando desde su identidad y su contexto puede deconstruir y construir los significados; crítico cuando precisamente para esa reconstrucción y deconstrucción parte de una posición respecto a las ideologías que hay detrás de cada mensaje; social si se tiene en cuenta que en la percepción de cada sujeto influyen mediaciones diferentes, sean culturales, familiares, personales, institucionales, socioeconómicas. Y finalmente creativo, si se asume que posterior a las categorías anteriores, puede crear su interpretación, crear textos originales para expresar sus ideas y aportar a la construcción de su entorno social.

5.3.3 Educación y nuevas tecnologías. Se refiere al lugar que ocupan las nuevas tecnologías en la cultura y en la educación. Por un lado, el interés está puesto en la introducción de las nuevas tecnologías dentro de la escuela, específicamente, dentro de los procesos de enseñanza-aprendizaje. Es decir, en la utilización y apropiación de los nuevos lenguajes. Por el otro, se le apuesta a aprovechar las potencialidades y posibilidades de éstas tecnologías para propiciar la creatividad. "Cuando hablamos de incorporación de tecnologías nos referimos a las innovaciones tecnológicas en los procesos educativos, más allá de los medios clásicos (diario, radio, televisión,..). "Las nuevas tecnologías de información no sólo afectan conceptos básicos como el de cultura, identidad nacional, frontera, territorio, sino que suponen nuevas reflexiones acerca de la participación del receptor y sus consumos simbólicos. La informatización afecta, además, los modos de acceso y producción de conocimientos y genera transformaciones en la cotidianidad de las personas." (Alejandro Piscitelli, 1991)

²⁷ RECEPCION ACTIVA: Posibilidad de alentar una lectura crítica y dialógica de los medios, centrada en los sujetos y las instituciones o comunidades de legitimación de aprendizajes y de interpretación y apropiación por parte de los sujetos.

Finalmente, acogiendo el planteamiento de Bolívar Chiriboga, el reto de la educomunicación no es más que “proporcionar las herramientas para que las personas de distintas comunidades culturales puedan percibir e interpretar las realidades creadas desde sus esquemas y categorías sin que ello implique un proceso de alienación o aculturación sino una posibilidad de enriquecimiento y desarrollo de su cultura.”²⁸

5.4 PARTICIPACION

La participación sugiere una lectura que la comprenda asociada a la formación de las personas como sujetos sociales, culturales y de derechos, quienes están en capacidad de interactuar con otros grupos y de expresarse de manera colectiva frente a temas relacionados con los bienes públicos.

Aventurándonos a una definición, podríamos decir que la participación es “La interacción entre grupos o personas en procesos de construcción de bienes colectivos”²⁹. Nos acogemos a esta definición porque incluye tres principios importantes, sin los cuales, creemos, no puede existir la participación: interacción, construcción y bienes colectivos.

5.4.1 Interacción. La participación es un conjunto de participaciones ciudadanas, iniciadas por actores sociales quienes viven situaciones diversas e intereses individuales, pero que se organizan para negociar y establecer sus intereses colectivos y decidir sobre sus bienes públicos. Por lo anterior, hablar de participación implica hablar de interacción entre personas organizadas que toman decisiones en conjunto.

No es posible hablar de participación cuando las decisiones son tomadas por unos cuantos, por las personas a quienes se reconoce como autoridad, o sencillamente, por aquellos a quienes nos hemos acostumbrado a que lo hagan. La participación tiene que surgir en la interacción democrática; en la relación entre los estamentos que gobiernan la vida en comunidad, es decir, no sólo adultos, sino niñas, niños y jóvenes.

5.4.2 Construcción. Existe participación auténtica sólo en la medida en que se ejecute un acto. No basta con que una persona escuche atenta o acepte silenciosa. La real participación tiene que ver con la toma de decisiones y ejecución de acciones que alteren el orden de las cosas; por esta razón, es necesario trabajar para que las personas cada vez más, se hagan conscientes de su capacidad y posibilidad para participar, para decidir y ejecutar esas decisiones.

²⁸ CHIRIBOGA, Bolívar. La educación para los medios. Quito: Universidad Politécnica Salesiana, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. s.f.

²⁹ MUÑOZ, Germán y CHAPARRO, Jairo. Informe Final de Investigación sobre la Participación y la Calidad en la Educación Básica Distrital. Veeduría Distrital. (2001).

La participación legítima, en cualquier escenario, reconoce lo que las personas quieren o anhelan, sin embargo, es importante señalar que la apuesta tiende a construir unos mecanismos donde se conjuguen las necesidades de unos y otros, mecanismos que permitan conciliar, negociar y generar nuevas formas de relación, administración y construcción del conocimiento.

5.4.3 Bienes colectivos. La participación requiere pasar de los bienes privados a los bienes colectivos, de las perspectivas individuales a las perspectivas colectivas. Se participa sobre aquello que tiene que ver con lo que la gente necesita y quiere.

No se participa cuando se decide con base en intereses parciales, se requiere reconocer la diversidad y el conflicto como constitutivos de la participación. Para participar es necesario ser capaces de poner en juego los intereses parciales, expresarlos, sustentarlos, defenderlos, convencer a otros y estar dispuestos a ceder y recibir cesiones, pues es a partir de las diferencias como se pueden construir bienes colectivos, que no homogeneicen, sino que reconozcan la inmensa diversidad y diferencia.

De allí que la participación signifique considerar las necesidades de la gente y de los diferentes grupos de personas, sus múltiples formas de expresión; sus lenguajes, sus formas de sentir y de ver el mundo.

A partir de los procesos participativos se generan espacios donde la comunidad puede incidir en todas las decisiones y procesos que afectan su desarrollo, aquí la participación es activa y es posible hablar entonces de la movilización, además de la búsqueda de lo más próximo a la comunidad donde se traducen como dijimos anteriormente, sus objetivos, sus sueños, sus problemáticas y su estética.

5.5 COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

“Vivimos en una época que reivindica lo plural, lo particular, la diversidad cultural, las múltiples interpretaciones y concepciones del mundo y de la historia. Los metarrelatos, (explicaciones unitarias) del mundo y de la historia, están desapareciendo, dando paso a una episteme más flexible, menos rigurosa y más plástica. Este es el aspecto esencial de la modernidad que ha concluido. Las explicaciones y visiones homogéneas de la

historia como algo con sentido, con una finalidad teológica intrínseca y esencial a su desarrollo, están en crisis.”³⁰

Todo esto implica pensar al ser humano desde sus condiciones específicas: lenguajes, culturas, estéticas, conocimientos, entre otras, las cuales han hecho parte y han propiciado el desarrollo a través de todos los tiempos. Este aspecto, ha permitido asimilar la transformación del conocimiento desde una perspectiva teórico-práctica. De esta manera, el desarrollo cognoscitivo se da en tanto exista una interacción entre el saber y el hacer.

Es importante tener en cuenta que la transformación cognoscitiva a la cual se ha hecho referencia, implica también que los seres humanos se encuentren inmersos en lo que la generación postmoderna ha denominado sociedad de la información. Indudablemente, este aspecto determina las diferentes formas de ver, interpretar y relacionarse con el mundo.

Ya no vale asumir la teoría desligada de la práctica, se hace necesario establecer una conexión entre ambas, que permita reconocer el valor que tiene una mirada integradora del conocimiento entre el saber y el hacer. Esta articulación permite no sólo comprender y generar información, sino también lograr adaptarla dentro de contextos específicos. A partir de esto, se empiezan a evidenciar las competencias comunicativas.

Cuando se habla de competencias, éstas se plantean como “la capacidad de construir tanto conceptos como praxis, asumir, comparar e interpretar contextos, realizar acciones con sentido, sopesar e integrar saberes, y por supuesto analizar críticamente y reconstruir enunciados y acciones.”³¹

En esta medida, se empieza a entender que “la comunicación no se identifica hoy con los instrumentos o medios, sino que comprende la amplia gama de procesos y de actores que intervienen en ella”.³² Para este efecto, debe ser tomada en cuenta como un proceso permanente de producción de saberes y sentires.

Las competencias comunicativas sugieren entonces una inteligencia y disposición para comunicarse, potenciarlas permite apalancar el trabajo en equipo desde cada rol,

³⁰ HERRERA, José Darío. Las Trampas de la Modernidad. En: Sociedad, educación y desarrollo. Bogotá: UNISUR, diciembre, 1995. En: FRANCO, Alfonso. Comunicación y Desarrollo. Tenemos la palabra. Enfoques multilaterales de la comunicación participativa en Colombia. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, 1997.

³¹ OBANDO, Humberto. De la competencia como eficacia mercenaria a la competencia como elaboración crítica de significación. Competencias comunicativas. Comunicarse un telar para hilar la resignificación. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. s.f.

³² DAZA HERNANDEZ, Gladys. Comunicación y Educación: dos dimensiones convergentes. Competencias Comunicativas, escenarios de la comunicación. Bogotá: CEDAL- Comunicación Educativa, 2000

permite lograr el desarrollo personal al canalizar expectativas, necesidades, al tener en cuenta la pluralidad, la diversidad cultural, las diferentes maneras de interpretar la realidad, permite también agilizar procesos de desarrollo en la medida que se eliminan las brechas y barreras interfuncionales que entorpecen el desarrollo de dichos procesos. Retomando a Gladys Daza Hernández, dichas competencias son entendidas como “la inteligencia y el tacto en el trato social, desde el ingenio, la capacidad y la aptitud para la interacción humana, desde la disposición para entrar en relación sin prejuicios, ni exclusiones. Competencias que requieren un desarrollo permanente, una adaptación a nuevas situaciones contextuales, históricas y culturales. Competencias que se construyen.”³³

Coherente con lo anterior, las competencias se encuentran en estrecha relación con lo que se desarrolla en contexto, mediadas por reglas gramaticales. Convenciones sin las que la comunicación no podría ser efectiva.

En este sentido, es posible hablar de las competencias como las que facilitan la relación con nuevos interlocutores y el intercambio de conocimientos con ellos mismos, fortalecen la capacidad de entender el pensamiento ajeno, la posibilidad de expresarse con el cuerpo, con los gestos, con la palabra. Este tema, se ha convertido en un referente obligatorio de los procesos de aprendizaje y se ha ido definiendo como un "saber hacer en contexto". Lo que implica el desarrollo de conocimientos vinculados a las capacidades, habilidades, actitudes y aptitudes que permiten resolver problemas, tomar decisiones y afrontar el entorno social en el que se está inmerso.

Es necesario no perder de vista que cuando se habla aisladamente de aptitudes, actitudes, habilidades y capacidades, no se está hablando precisamente de competencias comunicativas. Las capacidades hacen referencia directa a los procesos mentales, al desarrollo de la memoria, del pensamiento, del lenguaje. Las habilidades y aptitudes, a una estructura mental, a un saber cómo se hace. Las actitudes se refieren por su lado, a un aspecto manual y no mental, a la agilidad para hacer.

Sin embargo, saber cómo se hace es diferente a ser capaz de hacerlo, una persona competente tiene la capacidad, la aptitud, la actitud y la habilidad. Una persona competente es capaz de transformar en acción su conocimiento.

Después de identificar el desarrollo de las competencias dentro de los escenarios socializadores del ser humano, es posible definir que éstas son “el conjunto de acciones

³³ DAZA HERNANDEZ. Op. cit., p. 20.

que una persona realiza en un contexto particular y que cumple con las exigencias específicas del mismo.”³⁴

5.6 JUVENTUD RURAL

"Hemos estado acostumbrados a pensar en el capital como el factor escaso en la producción y en su transferencia como el instrumento clave para el crecimiento. El conocimiento es ahora tan, si no más, importante factor de desarrollo, y esta situación tiende a intensificarse. En el próximo siglo la acumulación y aplicación del conocimiento conducirán los procesos de desarrollo y crearán oportunidades, sin precedentes para el crecimiento y la reducción de la pobreza. Sin embargo, existen riesgos significativos para incrementar la desigualdad entre y dentro de las naciones." James D Wolfensohn, Presidente del Banco Mundial. 1997³⁵

Inicialmente es importante tener en cuenta que el contexto territorial y demográfico en Latinoamérica, se ha transformado durante los últimos años. Con esto nos referimos a la existencia y división entre culturas urbanas y rurales.

De esta manera se hace más evidente la separación entre la ciudad, cada vez más inmersa en la aldea global; y el campo, que por el contrario se encuentra relegado de la modernidad y de los procesos de integración social.

Sin embargo y teniendo en cuenta el enfoque del desarrollo a escala humana, se apuesta por un modelo que posibilite la equidad para culturas del ámbito rural y urbano. Es decir, un modelo cuya búsqueda permita establecer procesos de equidad, sostenibilidad, estabilidad y eficiencia.

Por este motivo, y desde la perspectiva de estos cambios, es necesario identificar cuáles son los agentes transformadores de los procesos sociales; es precisamente en este punto, donde identificamos que los jóvenes juegan un papel determinante como actores de los nuevos escenarios locales, regionales, nacionales e internacionales al adquirir un compromiso y al intervenir de una manera activa dentro de dichos procesos.

³⁴ ICFES. Nuevo examen de estado. Cambios para el siglo XXI, propuesta general. p.10. En: OBANDO, Humberto. De la competencia como eficacia mercenaria a la competencia como elaboración crítica de significación. Competencias comunicativas. Comunicarse un telar para hilar la resignificación. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. s.f.

³⁵ LACKI, Polan. *La escuela rural debe formar "solucionadores de problemas"*. [en línea]. Disponible en <<http://www.iica.org.uy/redlat/Mat/index1.htm>>.

De esta manera, resulta indispensable repensar el papel de los jóvenes dentro del contexto social, para que realmente sean agentes actores y gestores de procesos que le apunten a una construcción de su entorno.

Sin lugar a dudas, el papel al cual hacemos referencia, debe ser asumido desde un enfoque cultural; teniendo en cuenta que el pluralismo, las formas de interpretar la realidad, las diferencias, los gustos, las problemáticas y las fortalezas en las diferentes áreas del conocimiento, son mediadoras de los procesos de construcción social.

En este sentido, identificamos la importancia del rol que pueden desempeñar los jóvenes rurales dentro de los procesos que venimos proponiendo; ellos como parte de comunidades que históricamente han sido excluidas de la toma de decisiones y de la gestión de su propio desarrollo, pueden lograr ser visibilizados a través de procesos participativos que les permitan reconocerse como personas portadoras de saberes, sentires y mensajes importantes para el resto de la sociedad.

Con la anterior, se da cuenta de uno de los puntos que más relevancia ha tenido dentro de la revisión crítica de un concepto como el de ruralidad, en el momento que se identifica la marginalidad en la cual se ha mantenido a la sociedad rural en la construcción de una sociedad en desarrollo.

Los jóvenes por ejemplo (ni en el campo ni en la ciudad) han sido tenidos en cuenta en la toma de decisiones que han definido su modelo de vida. Sin embargo, desde la nueva perspectiva de ruralidad, se le apuesta a un desarrollo que resemantice no sólo propuestas de equidad social, sino también el papel que dentro de ellas jueguen sus actores, (jóvenes, mujeres, niños y niñas) quienes se pueden convertir en constructores de su desarrollo.

“En la búsqueda de caminos de transición, que transformen verdaderamente las rutas del desarrollo de nuestros países, se ha identificado tardíamente a la juventud como una nueva fuerza social, con un evidente potencial transformador de la sociedad. Si bien existe tradición de estrategias de atención a la juventud como población vulnerable, hoy se valora con mayor énfasis su poderoso aporte a la nueva sociedad rural y su inconmensurable capacidad de proponer nuevas visiones, fortalecer valores, romper los ciclos de reproducción de la pobreza, proporcionar estabilidad de largo plazo a los modelos locales de desarrollo rural, generar nuevas instituciones y proponer interpretaciones críticas y creativas a la realidad que les afecta.”³⁶

³⁶ ARAYA, Clara Solís. *Juventud y Desarrollo Rural en América Latina y el Caribe*. [en línea]. Disponible en <<http://www.iica.org.uy/redlat/Mat/index1.html>>

Es además necesario que la ruralidad trascienda los límites de lo eminentemente agrícola, para lograr una visualización de procesos distintos que se la jueguen por nuevas perspectivas culturales de equidad social, participación, autogestión y sostenibilidad.

En esta medida, los y las jóvenes rurales se pueden reconfigurar, desde una perspectiva de derechos, como actores sociales con las capacidades para intervenir y tomar decisiones sobre lo que les afecta, logrando así una participación activa en su propio desarrollo y por ende en el desarrollo de su entorno.

5.7 METODOLOGÍA

Mirar es una cosa. Ver lo que miras, es otra. Comprender lo que ves, una tercera. Aprender de lo que tú comprendes es algo muy distinto. Actuar a partir de lo aprendido es lo verdaderamente importante. Pensamiento Taoísta

Pensar una metodología a partir del enfoque de la comunicación para el desarrollo rural, sugiere tener en cuenta aspectos como la identidad, la participación, la multiculturalidad, las diferentes maneras de interpretar la realidad, los gustos, lenguajes, y estéticas, que varían de una comunidad a otra.

Sin duda, cada persona hace parte de un proceso que involucra el ser, el saber y el hacer dentro de la cultura específica a la que pertenece; "Cada ser humano se gesta en la cultura en la que nace: se educa en los valores y tradiciones y oficios familiares; en la cultura que selecciona el Estado y el poder para difundir en la escuela y la vida diaria; en el descubrimiento del mundo con los pares; en la posible elección de los modelos de vida entre los que propone el entorno y los medios masivos; en la tarea cotidiana en el mundo adulto y el mercado del trabajo"³⁷. Este aspecto determina comportamientos y formas de leer el contexto que la rodea, y en este sentido los jóvenes deben reconocerse desde una perspectiva cultural, donde las características y dimensiones particulares los identifiquen y creen la diferencia.

Como parte de esta pluriculturalidad, El Hogar Juvenil Campesino de Neira es una institución socializadora de cada uno de sus estudiantes, quienes desde la especificidad se comunican, inician sus prácticas ciudadanas y políticas, configuran su mundo y su visión de la vida.

³⁷ SAMPSON, Anthony. *Mente universal y particularidad cultural*. En: MARTIN-BARBERO, Jesús y otros. *Cultura y globalización*. Santa fé de Bogotá: Ces/Universidad Nacional, 1999, p. 103-125.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, desde el inicio del proyecto, el acercamiento a los jóvenes del Hogar Juvenil Campesino, se caracterizó por la búsqueda constante de lograr relaciones cálidas basadas en la confianza, que facilitarían posteriormente el intercambio del sentir, del saber y del hacer; las tres dimensiones de un aprendizaje integral.

Cabe señalar que desde el comienzo del proyecto, se le apostó a una metodología que vinculara la intervención real de los y las jóvenes. Sobre todo cuando se tiene en cuenta que “la participación de las personas puede ser activa y tener como objetivo asumir plena y conscientemente la función que les corresponde como parte del proceso, lo cual quiere decir al mismo tiempo apoderarse, apropiarse y empoderarse de ese proceso. Es decir, acceder a la toma de decisión en sus diferentes etapas, no necesariamente de manera exclusiva y excluyente, sino a través de un permanente diálogo de imaginarios, de saberes y de ignorancias entre todos los actores sociales, institucionales y no gubernamentales que intervienen en él. La participación así entendida y ejercida, les introduce a los procesos una dinámica "orgánica" que constituye la base de la sostenibilidad de los mismos.”³⁸

A la luz de dichos lineamientos teóricos, este proyecto se enmarcó bajo la perspectiva de la participación activa, en la medida que desde la fase de diagnóstico se respondió a esta propuesta en tanto fueron los mismos jóvenes quienes identificaron sus necesidades en cuanto a la comunicación. Este aspecto, sin lugar a dudas, permitió que las propuestas que surgieron, partieran de los sujetos que iban a estar directamente involucrados.

En este punto, es importante tener en cuenta que la participación (legítima) requiere el pasar de los bienes privados a los bienes colectivos, de las perspectivas individuales a las perspectivas colectivas. Se participa sobre aquello que tiene que ver con lo que la gente necesita y quiere. “Lo público es aquello que conviene a todos y a todas. Son los bienes o servicios destinados a la satisfacción de las necesidades comunes e indispensables, que hacen posible la vida digna de todos”³⁹.

En este orden de ideas, era necesario pensar en un primer encuentro donde la informalidad hiciera posible un contacto joven y muy espontáneo. Fue por esto que una fogata sirvió como punto de partida para hablar de comunicación, facilitar el intercambio de expectativas, conocer lenguajes, gustos, necesidades en cuanto a la

³⁸ MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE. Oficina de participación comunitaria, educación ambiental y población. Yo participo, tú participas, todos somos parte. Lineamientos para una política para la participación ciudadana en la gestión ambiental. Santafé de Bogotá - Popayán, (jul.,1998).

³⁹ TORO, José Bernardo. El ciudadano y su papel en la construcción de lo social. Unidad Uno. Diplomado en Gestión Comunitaria y Gerencia Social. Bogotá: DAACD y Universidad Javeriana, 2000.

comunicación y sobre todo, identificar las dinámicas sociales de las personas que iban a ser aliadas del proyecto a partir de ese momento.

Se generó entonces un espacio informal para que los jóvenes hicieran evidentes sus expectativas y sus intereses, a partir de este primer contacto identificamos la necesidad que tenían de fortalecer su capacidad para expresarse oral y corporalmente ante un grupo de personas, de la misma manera que se evidenció el deseo de darle un uso diferente al altoparlante que tienen en la institución y en palabras de ellos mismos, “descubrir nuevas formas para comunicarse”.

Para lograr el objetivo, que desde esa noche se convirtió en el de 15 personas más, era necesario establecer una interacción más directa que permitiera conocer sus códigos comunes y particulares, un intercambio desde la cotidianidad que facilitara el comprender las prácticas y la forma de vida de este grupo. Por esta razón, se hizo necesaria una convivencia permanente con los jóvenes y fue a partir de la identificación de esta necesidad, que uno de los facilitadores del proceso empezó a vivir en el Hogar Juvenil Campesino.

En este sentido, la metodología también responde al carácter de la observación etnográfica, ya que compartir una cotidianidad, facilita el reconocimiento de lenguajes, de estéticas, temores, sueños; el descubrimiento de códigos, de prácticas, de problemáticas; la apropiación de los mismos espacios y por supuesto, un interactuar desde la misma orilla reconociendo la diferencia como el elemento fundamental para construir un proceso como éste.

Siguiendo entonces la línea de la comunicación para el desarrollo rural, que le apuesta a la vinculación activa de los sujetos partícipes de cada proceso, se hizo un planteamiento metodológico que propiciara prácticas comunicativas, en las cuales los interlocutores se convirtieran en emisores de su propia reflexión y práctica, de tal manera que fueran también constructores de su propio conocimiento.

Esta premisa la apoya Roger Hart, cuando afirma que los jóvenes también “pueden diseñar y administrar proyectos complejos, si sienten que esos proyectos les pertenecen. Si no participan al menos parcialmente en el diseño de los objetivos del proyecto, no es probable que demuestren la gran capacidad que poseen”⁴⁰

Fue precisamente para ello que se propuso la realización de un diario de campo (tanto de ellos como de nosotros) que contuviera principalmente tres elementos: qué se hace

⁴⁰ HART, Roger A. La participación de los niños. De la participación simbólica a la participación auténtica. UNICEF. Oficina Regional para América Latina. 1993.

o qué se dice, cómo se hace y para qué sirve en la cotidianidad. Este último punto era muy importante porque desde siempre, el proyecto quiso fortalecer competencias comunicativas en los jóvenes, y esto definitivamente implica un saber hacer en contexto lo que se aprende cada día.

El diario de campo se convirtió en la herramienta para saber cuál era el conocimiento que iba siendo apropiado y construido, fue el elemento que facilitó la elaboración del módulo a partir de lo que cada uno iba aprehendiendo. Un diario que confesó el quehacer y el saber de cada sesión de taller, la herramienta que dio el rumbo del proceso, porque además, en él quedaba consignado lo que se aprendía, lo que se quería aprender y el para qué servía.

Es de anotar que este diario no fue realizado individualmente, había que tener en cuenta que muchos de los jóvenes con quienes se construyó el proceso son más de una cultura oral que escrita, de esta manera la realización de un diario con estas características, podía generarles incomodidad y lo que se buscaba era despertar una gran motivación. Por esto se decidió que en cada sesión, uno de ellos estuviera encargado del diario de campo.

La apuesta entonces, fue por lograr unos talleres que en su contenido y metodología replantearan el modelo lineal emisor – medio - mensaje – receptor, por un modelo más complejo en el cual no haya ni emisores ni receptores sino emisores – receptores (emirec) todo el tiempo. Por esto cada sesión proponía ejercicios donde a partir de las intervenciones, del conocimiento empírico e inconsciente, de las intuiciones y de la participación, se fuera construyendo el conocimiento concreto que después quedaría consignado en el módulo. Este proceso se ha denominado “aprender haciendo”.

También es importante no perder de vista que desde la búsqueda de un proceso comunicativo donde quien recibe también emite, se responde a la perspectiva de la comunicación en relación con la educación, lo cual implica situarse desde un nuevo campo de conocimiento, cuyo eje transversal son las prácticas culturales que obligan a indagar por nuevos procesos de interacción, expresión y formación; además, por el contexto histórico, político, social, económico y cultural de las personas inmersas.

El proyecto inició entonces con una fase de manejo de público. En esta parte se trabajaron la expresión corporal, la voz y las personificaciones a través de un autoreconocimiento de la imagen y la voz, y por supuesto, de la identificación de los aciertos y desaciertos que tenía cada uno en el momento de hablar frente a un público.

Posteriormente el trabajo se centró en la producción radial debido al interés que manifestaron los jóvenes por darle un mejor uso al altoparlante del colegio y además por su curiosidad sobre el lenguaje radial. Ellos y ellas hicieron evidente su admiración por las personas que están “detrás de la radio”, los locutores. Trataron incluso de imitar voces, entonación y palabras. En varias ocasiones manifestaron como un sueño el trabajar alguna vez en un programa radial, por tal motivo, el objetivo de hablar sobre la radio cumplía no sólo con la intención de fortalecer competencias comunicativas, sino también de cumplir sus sueños y expectativas.

Los integrantes del Taller empezaron a construir sus productos a partir de los conocimientos que iban apropiando, la manera como lo hicieron fue identificando ellos mismos las características del lenguaje radial, y en cada producción reflejaban su quehacer diario, su conocimiento y amor por el campo, sus temores con respecto a la situación de orden público en el país, sus sueños y sus gustos musicales.

Descubrir las posibilidades comunicativas que brinda la radio como medio, despertó en ellos la inquietud por apropiarse del megáfono de la institución y montar una “emisora” a través de él. Se hizo el lanzamiento y se ubicó un buzón en el Planchón del Hogar Juvenil Campesino para que la gente propusiera el nombre de la emisora. Fue entonces como nació C.V.J. (Comunidad de vida Juvenil)

De las otras propuestas que llegaron al buzón, se eligieron también los nombres de las sesiones que iba a tener el Magazín: Conexión Deportiva H.J.C, Agrodespertar, Cumanday, Exprésate y Juventud Hogar.

De esta manera, se generaron espacios que respondieron directamente a los imaginarios y necesidades de los jóvenes del Hogar Juvenil Campesino de Neira, espacios construidos por ellos mismos, quienes comenzaron a jugar un papel activo que les ha permitido ir más allá de la recepción de un medio como la radio.

En esta medida, es indudable que los medios comunitarios posibilitan la expresión de la gente, las personas se reconocen en ellos y tienen la oportunidad de lograr unas producciones a su manera, con sus temáticas, sus recursos, su estética, su lenguaje y sus problemáticas. Esto facilita la apropiación de dichos medios.

Cuando Hart habla de la participación, se refiere a ella como un proceso de compartir decisiones que afectan la vida del individuo y de la comunidad en la que él vive. Este es el medio para construir la democracia y es una norma que permite medir su

fortaleza⁴¹. El hecho de que se le permita y se forme a la comunidad para vincularse en el proceso de pre - producción, producción y post - producción, implica que la participación aluda a un proceso en el que se forme parte, se tenga parte y se tome parte.

Esto por un lado significa hacer parte de un grupo específico, pertenecer a él, asistir a él. Por otro, estar presente en la toma de decisiones, dar los puntos de vista, evidenciar los acuerdos y desacuerdos, y por último, tomar las decisiones y asumir responsabilidades y compromisos frente a ellas.

Asumiendo entonces el reto de la comunicación para el desarrollo, (tanto en el ámbito rural como urbano) de responder a una construcción con y desde la comunidad, e intentar con ella dar opciones de solución a sus necesidades, se planteó la construcción de un módulo que contuviera los contenidos y metodologías de los talleres realizados, para que el grupo de participantes se convirtiera en el multiplicador del conocimiento construido.

La elaboración de éste fue simultánea a la realización de los talleres, y apoyada por lo que quedaba consignado en el diario de campo que sin lugar a dudas fue el que facilitó el compendio de aspectos teóricos y prácticos que se dieron en ellos.

Cabe decir que fueron los mismos jóvenes quienes se encargaron de las ilustraciones para la diagramación del módulo, y fueron ellos quienes tuvieron la iniciativa de producir un especial del Magazín C.V.J para presentarlo en las Olimpiadas que realizaron Los Hogares Juveniles Campesinos de Caldas, durante los días 11, 12 y 13 de noviembre en Santágueda.

Todo esto permite pensar que el actuar a partir de lo aprendido, no sólo es verdaderamente importante sino también absolutamente posible, a través de procesos que faciliten una apropiación, una identificación y un reconocimiento de lo particular en ellos.

⁴¹ UNICEF La participación de los niños y adolescentes en América Latina y el caribe, hacia una sociedad democrática, 1ª ed. Bogotá: Ediciones Gráficas, s.f. p.42.

6. RESULTADOS

El trabajo consistió en fortalecer las competencias comunicativas de un grupo de jóvenes del Hogar Juvenil Campesino de Neira. Para tal fin, el acompañamiento que se le hizo al grupo tuvo una duración de tres meses, tiempo durante el cual se logró potenciar en el Colectivo de Comunicación CVJ (comunidad de Vida Juvenil), concebido a partir de la fase de diagnóstico, una serie de competencias comunicativas (orales, corporales y de lectoescritura) que no estaban suficientemente fortalecidas en él.

De este modo, CVJ descubrió en la radio la posibilidad de generar a través de ella, procesos de comunicación participativa donde la comunidad escolar del Hogar Juvenil Campesino se viera reflejada a partir de la canalización y articulación de sugerencias y expectativas que ellos como colectivo podían lograr.

Las actividades desarrolladas fueron una propuesta de y para el Colectivo de Comunicación CVJ, puesto que a través de la realización de un diagnóstico participativo, se lograron identificar las falencias, los intereses y las expectativas que en materia de comunicación, tenía cada integrante del grupo. Esto permitió proyectar el proceso hacia el mejoramiento de las mismas para luego multiplicar las fortalezas logradas dentro de la comunidad.

En concordancia con este propósito, el equipo encargado de realizar el acompañamiento y de facilitar la capacitación, compuesto por Ana María López Rojas y Mario Andrés Ramírez Mejía, realizó una labor de asesoría constante que tenía entre otros, el propósito de identificar las necesidades comunicativas del grupo, para posteriormente generar procesos que las articularan (ya fortalecidas) de forma eficiente y ordenada. De la misma manera, solventar este proceso mediante sugerencias, recomendaciones, actividades de formación, dinámicas de retroalimentación, producción y gestión, además del intercambio de conocimientos y materiales.

Desde el inicio del proyecto, quedó claro que el equipo de acompañamiento no pretendía imponer soluciones o actividades que no fueran establecidas bajo previo acuerdo con el colectivo CVJ. De esta manera se estableció de antemano que dicho acompañamiento jugaría un papel de facilitador de procesos, ya que sería el Colectivo como tal quien gestaría la propuesta, estipulando así que la asesoría iba a responder a las necesidades específicas del grupo y por lo tanto, no se llevarían a cabo unas líneas

de acción previamente determinadas, sino que éstas responderían a una construcción colectiva de CVJ.

Desde el inicio del proceso, el grupo identificó que una de sus necesidades fundamentales consistía en fortalecer su capacidad para dirigirse a un público determinado. En este sentido, hicieron evidente que los nervios, la inseguridad y en definitiva, la falta de competencias comunicativas en este campo, hacían que su desempeño y expresión ante la gente no fuera bueno.

Las dificultades para expresarse en público son una limitante en sociedades rurales y están ligadas a un proceso sociocultural en el que sistemáticamente se les ha restringido a campesinos, campesinas e indígenas la posibilidad de expresión. A partir de esta necesidad identificada, se propusieron talleres de manejo de público para fortalecer competencias comunicativas orales y corporales, que posteriormente se reflejaron en el liderazgo que asumieron los integrantes del colectivo al interior de la institución y en las propuestas que realizaron para despertar en la comunidad educativa las competencias ya adquiridas por ellos. Aquí nos referimos a la iniciativa que tuvieron de realizar un Magazín radial y de integrar a toda la comunidad en un proceso participativo que buscaba darle un nombre al producto. Este proceso fue viable a través del Buzón de sugerencias que ubicaron en el Planchón central de la institución, el cual permitió establecer un contacto más estrecho con los gustos, sugerencias y aportes del resto de la comunidad.

De esta manera, el grupo identificó la necesidad de adquirir competencias en la realización de productos mediáticos radiales, pues a partir de estos el colectivo visualizó la oportunidad de proyectarse y lograr la intervención requerida en un proceso de comunicación participativa.

La realización del Magazín y de algunas cuñas aumentó la credibilidad del colectivo al interior del Hogar Juvenil Campesino, lo cual permitió que el grupo asumiera una posición constante de liderazgo. A partir de esto, los miembros del grupo lograron un reconocimiento, evidenciado en consultas que se les hacían para la toma de decisiones dentro de la institución.

De esta forma, el Colectivo de comunicación empezó a ser tenido en cuenta por la comunidad escolar para lograr a través de los productos realizados que algunas actividades del HJC tuvieran mayor repercusión en la comunidad. Hablamos específicamente de la propuesta de llevar una muestra del Magazín al encuentro departamental de Hogares Juveniles Campesinos.

Fue así como CVJ (magazín), tomó parte activa y representativa dentro del quehacer comunicativo de la institución, constituyéndose con el buzón y con el módulo de capacitación para fortalecer competencias comunicativas, en los resultados cuantitativos del proceso.

Por otra parte, el acompañamiento permitió identificar algunos resultados cualitativos medidos a través de unas categorías establecidas:

6.1 RESULTADOS CUALITATIVOS DEL PROYECTO

CATEGORÍA	INDICADORES DE LOGRO
Facilitar la socialización (entornos colectivos)	<ul style="list-style-type: none"> → Fortalecieron su capacidad para trabajar en equipo, identificada a través de la planeación y elaboración colectiva de los guiones radiales. → Pueden generar consenso, lo cual se hace evidente en la realización de productos que los identifican como comunidad. Esto lo hacen teniendo en cuenta los intereses de todos y además a partir de la toma de decisiones colectivas. → Se evidencia la capacidad para relacionarse con grupos de interlocutores nuevos, lo cual se puede identificar en la búsqueda de testimonios (oficiales y privados) para las notas del Magazín. → Se nota un interés por buscar lenguajes comunes y lograr así un mejor entendimiento con la gente. Este aspecto fue evidenciado en el interés que pusieron para preparar unas palabras de bienvenida y planear la forma como se las iban a decir a los estudiantes del colegio San Luis Gonzaga.
Estimular motivaciones	<ul style="list-style-type: none"> → Tomaron la iniciativa de estructurar un guión para salir al aire proponiéndole a toda la comunidad escolar que depositara sugerencias en el buzón para elegir el nombre de la emisora. → Sienten la necesidad de cubrir las actividades que para ellos son importantes (partidos de fútbol, feria de la ciencia, jornadas de capacitación, Olimpiadas departamentales). → Algunos de los jóvenes han manifestado el deseo de tener una grabadora reportera para hacer entrevistas. → Le propusieron a la docente de castellano que una de las tareas fuera realizar una entrevista. Los integrantes del colectivo le enseñaron al resto de los jóvenes a manejar la grabadora y a hacer las entrevistas. → Se presentaron al Festival Municipal de Teatro con una obra a la

	cual le pusieron efectos sonoros.
CATEGORÍA	INDICADORES DE LOGRO
Proponer nuevos imaginarios	<ul style="list-style-type: none"> → Son concientes del valor de su palabra y de la importancia de sus conocimientos. Su imaginario ha cambiado porque ahora sienten que lo que ellos tienen para decir es importante, y que es indispensable enseñarle al resto de la gente todo lo que ellos saben sobre el campo. → Identifican la diferencia de los conocimientos y reconocen la importancia de cada uno de ellos (técnicos, pragmáticos, académicos, científicos). → Identifican la producción radial como un logro que pueden alcanzar todas las personas, además reconocen que no es tan importante contar con los equipos más sofisticados para lograrlo. → Reconocen que cuando se van a dirigir a un público deben proyectar seguridad.
Generar disponibilidad a actuar	<ul style="list-style-type: none"> → Ellos mismos toman la iniciativa de producir cuñas o productos radiales en los cuales hablan de su situación social. → Son quienes se hacen responsables de manejar el sonido en las reuniones o en los encuentros que tienen con el colegio San Luis Gonzaga. → Tienen el interés de establecer contactos en la emisora comunitaria, Juventud Estéreo, para emitir a través de ella sus producciones.
Fortalecer sensibilidades (propuestas estéticas)	<ul style="list-style-type: none"> → Se generan nuevas propuestas estéticas en tanto reconocen en el lenguaje radial una posibilidad para contar lo que quieren decir. En esta medida, han resemantizado su calidad de receptores radiales puesto que ahora utilizan la música, los sonidos y las voces con fines narrativos. Es muy importante señalar que con esto se logró cumplir una de las principales expectativas de los jóvenes: descubrir nuevas formas para comunicarse.
Generar otras narrativas, transformación del discurso y de los relatos	<ul style="list-style-type: none"> → El discurso se transforma no sólo en términos de contenido sino de forma, ya que los jóvenes del Hogar Juvenil Campesino ahora hablan del campo no sólo como el lugar de trabajo o el espacio donde habitan, sino también como un lugar donde se aprende. Esto lo manifiestan en las cuñas producidas y en el Magazín CVJ. → Los procesos agropecuarios (cultivo de lombrices, manejo de lumen, cultivo de hortalizas, gallinas ponedoras, conejeras) los asumen más que como parte de un quehacer cotidiano, como un proceso con implicaciones técnicas, teóricas y prácticas las cuales ellos conocen y manejan. → Cambian también la manera de contarlo con el sólo hecho de utilizar el lenguaje radial para hacerlo.

CATEGORÍA	INDICADORES DE LOGRO
Los y las jóvenes empiezan a manejar una información más precisa sobre el tema	<ul style="list-style-type: none"> → Esto se identifica en la construcción que ellos hacen de guiones radiales y en la utilización de un vocabulario técnico para lograrlo. → La utilización de sonidos, música y voces en las diferentes actividades que realizan. → El interés por manejar bien su cuerpo y su voz cuando se expresan ante la gente.
Se aumenta el liderazgo dentro de la comunidad escolar	<ul style="list-style-type: none"> → Ellos mismos asumen iniciativas para jalonar procesos comunicativos dentro de la comunidad escolar del Hogar Juvenil Campesino. Este aspecto se identificó en la convocatoria que le hicieron a la rectora de la institución, para plantearle su inconformidad con respecto a algunas situaciones. Es importante destacar que en dicha reunión optaron por grabar todo lo que se planteó. → El colectivo de comunicación está liderando un proyecto para realizar un vídeo institucional que muestre las instalaciones del Hogar. Además son ellos mismos quienes están explicando los procesos que llevan a cabo para el mantenimiento de la granja y de los animales. → Los demás estudiantes del colegio acuden a los jóvenes del colectivo cuando se trata de hablar en público o de manifestar ante los directivos alguna inquietud.

6.2 RESULTADOS CUANTITATIVOS DEL PROYECTO

Para presentar los resultados cuantitativos, es importante señalar que el grupo con el que se trabajó estuvo conformado por 15 jóvenes entre los 11 y los 21 años.

PRODUCTO	CANTIDAD
Cuñas Radiales	3
Magazín radial	1
Módulo de capacitación para fortalecer competencias comunicativas	1

7. RECOMENDACIONES

Es importante que las jóvenes del Hogar Juvenil Campesino de Neira se vinculen de una manera más activa dentro del proceso, esto hace posible que desde la perspectiva de género, el proyecto tenga una representatividad femenina más alta, lo cual viabilizaría una toma de decisiones equivalente entre hombres y mujeres.

Sería muy enriquecedor para el proyecto que se vincularan a él no solamente los jóvenes cuyas competencias comunicativas están más fortalecidas, sino también aquellos que no las han desarrollado lo suficiente.

Es interesante que el proyecto se pueda multiplicar en los demás Hogares Juveniles del departamento, teniendo en cuenta que los mismos jóvenes del HJC de Neira, pueden convertirse en los facilitadores de éste.

Es necesario que el Hogar Juvenil Campesino de Neira genere más espacios que motiven y apoyen las iniciativas comunicativas de los jóvenes, dándole la oportunidad al Colectivo de comunicación CVJ de continuar con el proceso y de contar con mayores facilidades y herramientas para proyectar los resultados a toda la comunidad.

Es importante generar propuestas de gestión para lograr que a éste proyecto se vinculen organismos oficiales y privados que coadyuven en materia de recursos físicos para la optimización de los resultados.

Sería interesante darle continuidad al acompañamiento del colectivo de comunicación a través de la participación de un comunicador social y periodista que articule los procesos siguientes y enriquezca el desarrollo del mismo (esta continuidad podría garantizarse con un practicante que siga llevando a cabo el proceso).

BIBLIOGRAFÍA

ALZATE GIRALDO, Alexandra y GONZÁLEZ RINCON, Luz Adriana. Criterios comunicativos para la participación social en el desarrollo local. Manizales, 2001. Tesis (Comunicador Social y Periodista). Universidad de Manizales, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

BELTRÁN, Quintero Mauricio. Los Caminos de la Radio Comunitaria. Ministerio de Comunicación, Proyecto de Comunicación para la Infancia y la Mujer, Proyecto Enlace. s.l.: Editora Guadalupe Ltda, 1996.

CÁCERES DIAZ, Marta Josefa. Para hacer radio comunitaria. Pensando en el oficio de la radio participativa. Ministerio de Comunicación, Proyecto Enlace. Bogotá.: OP Gráficas, 1997.

CADAVID G., Jesús Iván. La Revolución sin fusiles. Aldeas Comunitarias Integrales. Bogotá: Didácticas Kingraf. s.f.

CESPEDES, Nélica. Participar es bien chévere: Consulta regional de participación infantil y de las y los adolescentes. Bolivia, Colombia, Chile y Perú. Lima: P&S Asociados, 2000.

COMPETENCIAS COMUNICATIVAS, comunicarse: un telar para hilar la resignificación Bogotá: Programa de Licenciaturas, Facultad de Educación. Corporación Universitaria Minuto de Dios. s.f.

Conocimiento: Especialización en la Comunicación para el Desarrollo Rural. [en línea]. Disponible en <<http://www.fao.org/sd/spdirect/cdan0019.html>>

CHIRIBOGA, Bolívar. La educación para los medios. Quito: Universidad Politécnica Salesiana, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. s.f.

DAZA HERNANDEZ, Gladys, y otros. Competencias Comunicativas, escenarios de la comunicación. Bogotá: CEDAL-Comunicación Educativa, 2000.

Disponible en: <www.ull.es/publicaciones/latina>.

Disponible en <http://listas.ecuanex.net.ec/pipermail/infodesarrollo/2002_March/000588.html>

Disponible en <<http://www.iica.org.uy/redlat/Mat/index1.htm>>

FORD, Aníbal. Navegaciones: Comunicación, cultura y crisis. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1996.

GEILFUS, Frans. 80 Herramientas para el desarrollo participativo. Diagnóstico, planificación, Monitoreo, Evaluación. IICA, GTZ. (Agricultura, recursos naturales y desarrollo sostenible). San Salvador: EDICPSA, 1997.

GROVERMAN, Verona. Traducido por B. Galán. Manual de consulta para el promotor de grupo. Una guía práctica para la formación de grupos rurales. FAO. 1996.

MAX-NEEF, Manfred; ELIZALDE, Antonio y HOPENHAYN, Martín. Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro. Medellín: CEPUR y Fundación Dag Hammarskold, 1997.

MUÑOZ, Germán y CHAPARRO, Jairo. Informe Final de Investigación sobre la Participación y la Calidad en la Educación Básica Distrital. Veeduría Distrital. 2001.

MUÑOZ, Germán. Diálogos estratégicos: Comunicación y cultura. s.p.i.

OROZCO, Guillermo. Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio. México: Universidad Iberoamericana, 1991.

REY, Germán y RESTREPO, Javier Darío. Desde las dos orillas. Ministerio de Comunicaciones. 1995.

REVISTA GACETA. No. 1. (1989)

REVISTA SIGNO y Pensamiento. Bogotá: Universidad Javeriana. Departamento de Comunicación, 1998.

RODRIGUEZ CAPORELLI, Enrique y SÁNCHEZ, José Fernando. Medios alternativos y Procesos de Participación. Bogotá: Facultad de Ciencias humanas y Sociales de Unisur, 1995.

ROGERS, Alan y TAYLOR, Peter. Traducido por Patricia Baeza. Elaboración Participativa de Planes de Estudios para la Educación y Capacitación Agrícola. Una guía de capacitación. FAO. 1999.

SANGUINETTI, Luciano. Comunicación y medios. Claves para enseñar una teoría latinoamericana sobre comunicación Buenos Aires: Ediciones de periodismo y comunicación, Universidad Nacional de La Plata, 2001.

TENEMOS LA Palabra. Enfoques multiculturales de la comunicación participativa en Colombia Bogotá: Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Corporación Universitaria Minuto de Dios, 1997.

UNICEF. La participación de los niños y adolescentes en América Latina y el caribe, hacia una sociedad democrática, 1ª ed. Bogotá: Ediciones gráficas, 2000.

ZUÑIGA, León y otros. Manual para el Diseño Participativo de Estrategias de Comunicación. s.l.: Centro de Comunicación Voces Nuestras. s.f.