
COMUNICACIÓN POPULAR

Pueblo Grande: una experiencia rural en un rincón del mundo

Mónica M. Viada

(Córdoba - Argentina)

¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación popular?

La comunicación popular es una línea de trabajo que nació y cobró impulso en América Latina en las últimas décadas. Condiciones políticas y sociales de marginación, opresión y censura fueron, en gran medida, caldo de cultivo para que los sectores populares urbanos y rurales desarrollaran sus propias prácticas comunicativas. No se trata de un modelo vertical de comunicación, donde el receptor es un mero consumidor de mensajes sino de otro que pretende ser dialógico, donde los destinatarios tengan la posibilidad de ser también productores. Jesús Martín Barbero, uno de los principales teóricos de la corriente, ilustra en forma clara el contexto que da lugar a esta filosofía y práctica de comunicación: "Nos referimos a la historia de los modos de comunicación que, como expresiones de unas identidades culturales de base, han sufrido un permanente proceso de represión-desvalorización-exclusión (...). Y al sistema de comunicación actual en su inserción en un modo de producción que excluye a las mayorías de la toma de decisiones, lo cual implica un permanente secuestro de la palabra colectiva a la que se le impide hablar de lo que interesa, y se le obliga a hablar `con la voz de su amo` (1).

Pero no se trata tampoco de caer en el misticismo de pensar que en la comunicación popular todo es incontaminado u horizontal: "... los modos populares de comunicación remiten también a las contradicciones de ese sistema que, por más transnacional que sea hoy, lo rasgan y horadan tanto en la producción como en el consumo, introduciendo una permanente y múltiple fractura entre discurso y sentido, entre imaginario y experiencia, impidiendo así la homogeneización absoluta del habla social.

Por último, remiten a la persistencia de unos modos de comunicación otra en los que se hace visible la no desactivación a ciertos niveles de la memoria colectiva, esto es la conflictiva existencia en nuestra sociedad de culturas dominadas, pero operantes en sus mitologías y simbologías de las luchas y sus rituales de resistencia; y a la no simetría entre los códigos del emisor y el receptor tornando sin cesar vulnerable la hegemonía" (2).

La experiencia que relatamos a continuación se denominó "Taller de comunicación" y se desarrolló en el marco de los "Talleres de educación popular en el área de expresión". Tuvo lugar en cinco pequeñas poblaciones de la provincia de Córdoba (Argentina) durante 1991. A partir de él nació la publicación "Pueblo Grande" que se editó, con algunas interrupciones, hasta agosto de 1994.

Una mirada por el monte para ver mejor el árbol.

Ámbito de desarrollo del proyecto

Como dijimos, el proyecto se puso en marcha en cinco localidades serranas que, en conjunto, no alcanzan los 2.000 habitantes estables. Ellas son: San Antonio de Arredondo (700 hab.), Mayu Súmaj (500), Icho Cruz (700), Tala Huasi (50) y Cuesta Blanca (100). Se encuentran al sur del departamento Punilla (provincia de Córdoba - Argentina); la distancia mayor entre ellas es de dos kilómetros y, entre todas, se encuentran a unos 10-15 kilómetros de Villa Carlos Paz, principal centro turístico de la

provincia.

En general, la población puede dividirse en dos grandes grupos: un sector pudiente con residencia estable en Córdoba capital (distante unos 50 km.) y que en estos pueblos posee su casa de fin de semana, y otro más bien pobre que trabaja en puestos de baja calificación en Carlos Paz o que consigue empleos temporarios en sus propias comunas durante el verano. Algunos trabajan en tareas rurales y muchos están desocupados o viven de "changas" (cáncamos).

El taller de comunicación dentro del proyecto global

Teniendo en cuenta la realidad socioeconómica de los pobladores, sumado a la carencia de ofertas para desarrollar actividades de formación y/o recreativas, Mercedes González, una maestra de Icho Cruz, elaboró un proyecto sobre "Talleres de educación popular en el área de expresión". El objetivo primario era ofrecer cursos cortos (dos meses) de actividades que tuvieran que ver con manifestaciones culturales propias del lugar y que permitieran a los participantes desarrollar sus capacidades creativas. Se estableció como condición que tanto el cursado como los materiales fueran totalmente gratuitos para que lo económico no fuera un condicionante de la libre participación de la gente. El público destinatario abarcaba niños, jóvenes y adultos de estos cinco poblados y su zona de influencia.

El segundo propósito apuntó a que, a partir de la primera experiencia, pudieran crearse pequeños grupos autogestionarios productores de artesanías: "hallarse" en un modo de expresión que a la vez pudiera servir de sustento económico. En síntesis, una forma de aprender a valorar las propias capacidades tan subestimadas por los propios sujetos ("Yo no sirvo para esto"; "Qué puedo aprender yo a esta altura de mi vida"...) o, en todo caso, reforzar la autoestima recuperando formas de trabajo creativas y generando, a su vez, pequeñas fuentes de empleo.

El proyecto, previsto para tres años, contó en el primero de ellos con financiación de una organización no gubernamental de Austria. En la primera etapa (1990) se desarrollaron talleres de cerámica, cestería, telar, dibujo y pintura, danzas argentinas y latinoamericanas, títeres, tallas en madera y piedra, entre otros, empleando siempre materiales del lugar. Para el segundo año se planificó, entre otros, un taller de periodismo (que en realidad consideramos de comunicación).

Periodismo en el pueblo

Al momento de convocarse al taller que nos ocupa, no había medios de comunicación propios en la zona (gráficos, radiales ni televisivos). Sólo llegaba un semanario editado en Carlos Paz que esporádicamente incorporaba escueta información sobre esos poblados. Los medios de Córdoba capital sólo se interesaban por el lugar durante el verano, por estar comprendido en región turística.

Como era de esperar, se inscribieron pocas personas en el taller: unas 5 ó 6 nada más. La propuesta inicial contempló algunas pautas básicas sobre comunicación y medios para reflexionar luego sobre los mensajes que llegaban al lugar a través de los distintos soportes. Paralelamente, dadas las características de la modalidad "taller" -que supone la producción- se consultó a los participantes sobre el tipo de práctica que querían desarrollar. La respuesta unánime fue "queremos hacer una revista" (*). Nació así "Pueblo Grande. Creando lazos de comunicación", la primera publicación zonal del sur del valle de Punilla.

Los objetivos no fueron nada modestos:

- Pretendimos integrar las cinco poblaciones a través del periódico, haciendo de él un medio de comunicación zonal.- Procuramos ser un medio plural: de hecho, ningún material enviado por colaboradores o lectores dejó de publicarse.

- Si bien se dieron algunas pautas de redacción, intentamos -debo confesar que no sé con qué grado de conciencia, porque fue algo natural antes que razonado- respetar y más aún reflejar el habla del lugar. Digamos que nuestro estilo fue "coloquio-serrano-periodístico".

No pretendimos ser un medio "profesional", incluyendo en esta categoría las limitaciones que un medio tradicional impone en cuanto a formas y contenidos, sino que nuestro propósito fue reflejar la vida de esos pueblos y verbalizar aspectos que no siempre son explicitados. Digamos que una buena expresión sería "poner sobre la mesa" temas para reflexionar o debatir.

- Pero la meta más ambiciosa del Pueblo Grande fue "recuperar la memoria de los pueblos". Ninguna de las comunas tiene historia escrita. Por ello, nuestra idea fue recoger los testimonios de los viejos habitantes de los caseríos y también de las zonas rurales "antes de que se murieran", de manera de

poder reconstruir de alguna forma la historia del lugar. Con ello, el periódico cumpliría dos funciones:

* Recoger valioso material de boca de sus protagonistas y, al mismo tiempo

* Dejarlo plasmado en papel como documento para las generaciones venideras.

Lamentablemente, la urgencia sobre lo coyuntural hizo que sólo en una pequeña parte pudiésemos cumplir con esta última meta. No obstante, podemos sí decir que Pueblo Grande fue testigo de su tiempo en un fragmento importante de la historia de esos pueblos: la etapa del retorno a la democracia en esas comunas (**).

Todo a pulmón

El equipo de trabajo contó con cinco personas permanentes para realizar todo el trabajo: relevamiento de información, redacción, fotografía, ilustración, diagramación, pegatina, venta de publicidad, armado de los avisos, compaginación, distribución y venta de los ejemplares.

Los elementos de trabajo se reducían, en un primer momento, a un grabador, una máquina de fotos y dos máquinas de escribir (una de ellas, prestada). Más adelante, conseguimos una computadora, también prestada, hasta que, gracias a donaciones provenientes de Europa, pudimos comprar nuestro propio equipo de computación con una impresora. Hasta que ello sucedió, el armado era a mano, recortando y pegando cada pieza. Una vez incorporada la tecnología, la tipiadora aprendió "de oficio" a manejar el programa de diseño. En cuanto a movilidad, carecíamos de medios propios para comunicarnos entre pueblos. Finalmente, recién en la última etapa pudimos acceder al teléfono.

Sin ánimo de hacer discriminación de sexos, vale mencionar la curiosidad de que quienes llevamos adelante el emprendimiento fuimos todas mujeres. Excepto quien dirigió el proyecto, ninguna redactora y ningún colaborador era periodista o tenía experiencia en medios. Algunas personas teníamos otro trabajo, lo que significaba que sólo podíamos dedicarle parte de nuestro tiempo. El resto, peor aún, no tenía empleo o lo tenía esporádicamente, lo que también representaba un problema no sólo económico sino también emocional.

Ninguna tenía remuneración fija ni estable. A pesar de estar convencidas de que el trabajador tiene derecho a su paga, sólo en contadas oportunidades (cada 5 ó 6 meses) pudimos repartir unos pocos pesos. Únicamente podían cubrirse gastos de movilidad, materiales, impresión y yerba para el mate.

La rutina de trabajo, a grandes rasgos, era la siguiente:

Se fijaba una pauta temática mensual en base a los acontecimientos previstos (fiestas, elecciones, etc.) o a temas de interés (salud, educación, política, cultura, servicios). El resto surgía con el correr de los días. Los temas conflictivos eran debatidos en el equipo antes de redactarse. Una vez recolectado todo el material, se confeccionaba el mono para la distribución espacial de las notas. Luego, mientras una persona tipiaba, otras ilustraban, pegaban o armaban el master para mandar a imprimir. Todo "made in casa".

El periódico se imprimía en Carlos Paz, en un principio por duplicación, luego en offset. La compaginación corría por nuestra cuenta, al igual que la distribución en los puntos de venta. Como sólo existen dos quioscos entre las cinco poblaciones, Pueblo Grande se vendía en almacenes, supermercados y hasta en las oficinas de la cooperativa de teléfonos. Todo el circuito económico: salir a vender publicidad, cobrarla, cobrar los ejemplares vendidos, retirar los sobrantes, pagar la imprenta y otros gastos, corría por cuenta del mismo equipo de trabajo.

Otro aspecto importante de destacar fue la participación de la gente. Pueblo Grande estuvo abierto a todos y, de hecho, una gran cantidad de pobladores colaboraron de una u otra forma, ya fuera acercando información, cartas, columnas, poemas, sociales, otros permitiendo la venta del periódico en sus propios comercios, otros más a través de la contratación de espacios publicitarios.

Durante un tiempo, el corresponsal en San Antonio fue el electricista del pueblo. En otra oportunidad, se acercó a "la redacción" un niño de 12 años pidiendo ser "el periodista de Tala Huasi". Contábamos también con colaboradores fijos en medio ambiente (un especialista en la materia y además granjero en Mayu Súmaj) y hasta un matrimonio que redactaba una columna religiosa. Todas, colaboraciones espontáneas.

Como puede apreciarse en lo desarrollado hasta ahora, se abordaban todo tipo de temas siempre y cuando tuvieran relación con el lugar. El periódico también fue un canal de servicio al incluir los horarios de los dispensarios, notas sobre educación sexual y hasta agendas de educación, por citar algunos ejemplos. No estuvieron ausentes los aspectos políticos que, como no podía ser de otra manera, fueron

los que más dolores de cabeza trajeron.

Quizá una de las principales características del Pueblo Grande fue el humor. Constituyó el aspecto más reconocido y también el más solicitado. Pero el humor y la ironía no estuvieron circunscriptos a una sección sino que subyacían en todo el periódico.

Pero la página más importante para la gente fue la de sociales (nacimientos, cumpleaños, aniversarios, etc.). Descubrimos que los hábitos de lectura comenzaban en esa sección, por lo que pasó a ser la doble central. En un momento llegamos a decir que si alguien no salía en los sociales de Pueblo Grande era porque no vivía en la zona.

Otro rol importante del periódico fue haber sido un activo participante en la educación cívica durante el largo y complicado proceso de democratización de las comunas. Como ya mencionamos, los ciudadanos de estos pueblos habían votado a presidentes y gobernadores desde 1983 pero nunca a sus propias autoridades comunales. La novedad se produjo recién en 1993.

Ante la ausencia de instrucción cívica por parte de los responsables, Pueblo Grande ocupó en ese periodo un espacio singular explicando los derechos y deberes ciudadanos y dando a conocer en un lenguaje llano la significación de las leyes electorales, entre otros aspectos. También tuvieron espacio en la publicación todos los colores políticos y sus páginas se convirtieron en una tribuna para el debate.

Conclusión

Pueblo Grande se editó hasta agosto de 1994. El costo de cada edición, la falta de aportes económicos públicos y privados y el desgastante trabajo del equipo editor provocaron su cese, aunque siempre con la intención y la esperanza de volver a la calle.

Durante el tiempo en que existió, tuvo una importante función social: puso temas en discusión, fue un medio de educación no formal y contribuyó al proceso de democratización de la zona.

Evidentemente, la vida continuó luego de su desaparición, pero ya la inquietud estaba sembrada. Con elogios y críticas, aciertos y muchos errores, quienes trabajamos en esta experiencia aprendimos por ensayo y error. No fue para nada un medio objetivo ni aséptico; no pretendimos mirar la realidad desde la orilla, sino que nos zambullimos en ella comprometiéndonos con las alegrías y padecimientos, con las frustraciones y las esperanzas de la gente. Procuramos también acicatear permanentemente para promover la participación e intentamos dar a conocer actividades no siempre reconocidas.

Ya en los últimos tiempos de la publicación, el semanario de Carlos Paz comenzó a incluir una página de las comunas del sur. Luego, surgieron dos publicaciones más con finalidad más publicitaria que comunicativa, por lo que ninguna superó las dos ediciones. Más recientemente, se instaló una emisora FM que aún funciona.

Como autocrítica, podemos mencionar que:

Desde lo organizacional:

- No supimos mantener en el tiempo el equipo ampliado de colaboradores.
- No pudimos bajar el precio de tapa, un condicionante importante por más que se editara una vez al mes. Todos lo leían pero pocos lo compraban. Muchos aprovechaban la espera en el almacén o la cabina telefónica para "leerlo de arriba".
- Aprendimos que los proyectos, por más loables que sean, se caen cuando no cuentan con los medios de subsistencia necesarios.
- Priorizamos lo comunicacional y ninguno de los responsables supimos hacer del Pueblo Grande un proyecto autofinanciado en lo económico.
- Nos queda la duda -incluso- de saber si una iniciativa de esta índole puede autofinanciarse teniendo en cuenta el contexto en el que se desarrolló. No obstante, consideramos que en trabajos de esta naturaleza deben preverse ambas facetas para, por lo menos, intentar evitar la muerte por inanición.

Desde lo comunicacional:

- Pueblo Grande fue importante para la zona porque, cuando llegaba a sus manos, la gente no leía un periódico (o la revista, como le llamaban) sino que se leía en él.

- Como ya lo expresamos, este medio alcanzó a reflejar una parte importante de la historia del lugar.
- Lo meramente periodístico fue trascendido ampliamente por lo comunicacional por las implicancias sociales que trajo aparejado.
- El rol del comunicador social en esta experiencia intentó circunscribirse a la simple coordinación de las actividades pero, nobleza obliga, no fue del todo así. La gente depositó y esperó mucho del comunicador y, por más que hayamos querido soslayar la importancia de los títulos, el hecho de ser profesional tuvo un peso no deseado.

Finalmente, quisiera agregar algo muy personal. Estos humildes papeles impresos con sabor casero que veían la luz más o menos una vez por mes o cuando se podía, distribuidos en un rincón del mundo que casi nadie conoce y que poco tuvieron que ver con las posibilidades de las nuevas tecnologías fueron, para quien escribe estas líneas, la experiencia más importante de su carrera profesional.

[Trabajo presentado en las I Jornadas La Laguna - América sobre Comunicación,
celebradas en la Universidad de La Laguna, en marzo de 1996]