

► **La comunicación popular a cuarenta años de democracia en Argentina: diálogo con Marita Mata y Washington Uranga**

**Popular communication forty years of democracy in Argentina: dialogue with Marita Mata and Washington Uranga.**



Cómo citar: KEJVAL, L. Y CASTELLO, P. (2023). La comunicación popular a cuarenta años de democracia en Argentina: diálogo con Marita Mata y Washington Uranga. Revista Argentina de Comunicación 11(14), 229-245.



### **Larisa Kejval**

Larisa Kejval es doctora en Ciencias Sociales, magíster en Comunicación y Cultura y licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA), carrera en la que se desempeña como docente e investigadora y de la cual es actualmente directora. También es docente en la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV). Es autora de los libros “Truchas” (2009) y “Libertad de antena” (2018), en el que indaga en la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas. También ha editado el libro “Mujeres de la Comunicación” (2022), que busca visibilizar las trayectorias y los aportes de las mujeres en el campo académico de la comunicación. Correo-e: [larisakej@gmail.com](mailto:larisakej@gmail.com)

### **Paula Castello**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Buenos Aires). Docente en la Universidad de José C. Paz (UNPAZ). Integra equipos de investigación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA) y la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP). Trabaja en la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Fue coordinadora de Proyectos de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias – América Latina y Caribe (AMARC ALC) e integrante de la emisora comunitaria FM La Tribu. Diseña, escribe y edita publicaciones y otros materiales, especialmente pedagógicos, sobre derecho a la comunicación. Correo-e: [pl.castello@gmail.com](mailto:pl.castello@gmail.com)

María Cristina Mata y Washington Uranga no sólo han sido actores fundamentales en la construcción del campo académico de la comunicación en Argentina, luego del regreso de sus exilios durante la última dictadura cívico militar. Con un compromiso político sostenido en el tiempo, también han sido actores fundantes y protagónicos de la comunicación popular en América Latina: desde el acompañamiento de decenas de prácticas y experiencias, desde la investigación, desde la intervención intelectual, desde la sistematización, desde sus roles en organismos públicos, desde la construcción de múltiples redes.

Larisa Kejval y Paula Castello se encontraron con cada uno de ellos por primera vez desde sus experiencias como militantes de la comunicación popular y alternativa durante la década de los noventa. Pasados unos cuantos años y proyectos compartidos, se reencuentran en esta entrevista con el fin de motivar memorias, reflexiones, discusiones y desafíos sobre la comunicación popular a cuarenta años de democracia en Argentina.

## ¿Qué experiencia biográfica les permitió entrar en contacto con la comunicación popular?

**María Cristina Mata:** Para mí la comunicación popular está unida inescindiblemente a mi exilio después del golpe militar que daba origen a la terrible dictadura argentina. Antes de tener que irme a vivir a Perú en 1976, con un conjunto de compañeros dábamos clase en la recién creada Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad de Córdoba. Allí trabajábamos con prácticas de comunicación vinculadas a los sindicatos de nuestra ciudad, pero no pensábamos esta experiencia en términos de comunicación popular. No existía esa categoría ni ese nombre. Lo que hacíamos era desarrollar una práctica militante para contribuir a mejorar la tarea de los compañeros que dirigían o producían las publicaciones periódicas de algunos sindicatos. Trabajábamos en relación con organizaciones sindicales, pero no lo comprendíamos como comunicación popular, era parte de nuestra militancia político académica.

A los pocos meses de estar viviendo en Lima, nos encontramos con un argentino que tuvo un papel relevante tanto en mi vida como en la educación popular: José María Serra, o el Pepe Serra, un ex sacerdote del Tercer Mundo que murió hace no mucho tiempo. Pepe estaba en Perú y formaba parte de un movimiento ecuménico que se llamaba CELADEC, Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana, que se dedicaba a la educación popular. Él nos invitó a crear en esa institución un programa de comunicación popular. Nosotros no teníamos idea de qué era. Comenzamos a aprender junto con ellos de qué se trataba la educación popular, inspirada en el ideario y el método de Paulo Freire, y empezamos a pensar de qué modo podíamos sumar desde la comunicación al trabajo educativo que ya hacían con los sectores populares. Pensábamos que la producción de la propia palabra, ese nombrar desde sí el mundo que es parte fundante de la educación popular, podía encontrar un soporte y una ayuda en las prácticas comunicativas. Creamos un programa de comunicación popular y empezamos a inventar lo que era eso no sólo con un montón de compañeras y compañeros de Perú, sino también de otros países de América Latina en el marco de un movimiento ecuménico que tenía sedes en casi toda la región.

El exilio fue para nosotros una de las experiencias más traumáticas que vivimos como familia, pero, al mismo tiempo, significó la posibilidad de comprender dos cosas muy importantes que me marcaron para toda la vida: que éramos parte de un continente al que desconocíamos bastante y que había otros modos de hacer y pensar la comunicación.

**Washington Uranga:** Yo tuve doble exilio. Primero salí de Montevideo, Uruguay, y cuando pensaba que iba a vivir en Argentina tuve que irme también. Cuando me preguntan qué nacionalidad tengo respondo qué documentos de identidad tengo, pero también afirmo que mi nacionalidad es latinoamericana. Efectivamente, con todos los dolores y dificultades que el exilio tiene, una de las cosas que me dio es hacerme latinoamericano. O sea, cuando digo que me hizo latinoamericano significa que me enseñó a mirar el mundo y la sociedad desde otro lugar.

Mi vinculación con lo que es la comunicación popular, que no se nombraba así en ese momento, viene de mi trabajo de base en la Iglesia Católica. Fui dirigente latinoamericano de la juventud católica en mi cercanía con la teología de la liberación y sus padres, figuras como el peruano Gustavo Gutiérrez o el brasileño Leonardo Boff. Esta teología comprende al pueblo como actor y protagonista. No es doctrina, sino que es una teología entendida como praxis de liberación. En mi salida al exilio, y trabajando en las áreas de comunicación de la Iglesia Católica, fundamentalmente en UNDA-AL (Asociación Católica Mundial para la Radio y Televisión - América Latina), una de las tareas importantes era la producción de programas radiofónicos que visibilizaran otra práctica social y política y, a la vez, a los actores marginales e invisibilizados. Para problematizar las luchas y, desde el lenguaje radiofónico, para expresar una estética popular, una manera de entender el mundo, una teología de la liberación. En ese momento, 1976, 1977, la Iglesia Católica tenía más o menos 350 radios en América Latina y el Caribe. De esas, 40 o 50 estaban muy vinculadas a UNDA-AL, transitando un camino que luego concluyó en la creación de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), de la cual Marita sabe mucho más que yo.

**M.C.M.:** Hay algo que es nítido en relación con la comunicación popular y es este enraizamiento con lo cristiano. Washington hablaba de la teología de la liberación. Yo hablaba de un movimiento ecuménico dedicado a la educación

popular. Me parece que eso vincula directamente a la comunicación popular con otro de los pilares fuertes en su historia: la radiodifusión.

Yo conocí a Washington en UNDA. Todavía tengo esa hermosa foto de un encuentro de UNDA... Una recuerda los nombres, los rostros... Creo que otro dato importante de nuestro encuentro con la comunicación popular es que fue un comienzo muy colectivo, en el sentido de que empezamos a constituir un entramado de instituciones, de gentes, de rostros, de nombres. Mario Kaplún viajaba a Ecuador para dar sus talleres de comunicación popular y venía a mi casa a jugar con mis hijos. Lo que quiero decir es que, más allá de que teníamos un trabajo en común, fuimos tejiendo una comunidad que tenía que ver con nuestra práctica pero también con el hecho de ser exiliados. En aquella década de los setenta se dio una diáspora: de los uruguayos, de los argentinos, los chilenos, los bolivianos. Y así confluimos en algunos centros en México, en Perú, en Ecuador y en Colombia. Esa trama fue la que hizo, por ejemplo, que organizáramos una campaña de apoyo al programa de alfabetización sandinista luego del triunfo revolucionario en Nicaragua. Washington dice “me hice latinoamericano”, porque uno se hacía latinoamericano no por determinación ideológica, no porque lúcidamente fuéramos decoloniales en aquella época. No, nos hicimos latinoamericanos al calor del trabajo, del compartir y a partir de asumir como propio el trabajar con compañeros de otros países entreaprendiendo. Hoy parece fácil por la tecnología, pero ustedes imaginen lo que era en aquellos años en los que los modos de comunicar ni siquiera eran los del fax. Y, sin embargo, éramos una red, una red potente trabajando.

Pensando juntos, me parece que en el relato de nosotros dos está la potencia que tuvo un movimiento como el de la teología de la liberación, la importancia de un pensamiento como el de Paulo Freire y la capacidad que tuvimos algunos compañeros y compañeras de América Latina de hacer de la comunicación otra cosa. Y lo hicimos así, en la práctica. Luego lo pensábamos. Era mucho más un hacer, un hacer pensado. Luego se volvió praxis.

**W.U.:** Eso que está diciendo Marita es una clave: hay una práctica que después se fue sistematizando, se fue pensando. La comunicación popular se fue construyendo, buscando un espacio en el marco de una disputa mucho más general, que es la disputa social, la disputa política, la disputa religiosa también.

La comunicación popular, por su propia perspectiva latinoamericana, comienza a conectarse con la discusión sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Una conexión que se da, por ejemplo, en la figura Luis Ramiro Beltrán, que es una suerte de síntesis: es política nacional de comunicación, pero también es ERBOL, Escuelas Radiofónicas de Bolivia. No sé si hubieran podido darse las discusiones sobre el nuevo orden en América Latina sin las prácticas de comunicación popular que se estaban entramando. Hay conexiones que no deberíamos perder.

**¿Cuáles han sido para ustedes las discusiones más relevantes en estos últimos cuarenta años de comunicación popular en nuestro país, en diálogo con el resto de América Latina?**

**W.U.:** Yo creo que primer debate es el que Marita insinuó al comienzo de la entrevista: cuál es la génesis de lo popular. Comunicación popular, comunitaria, alternativa. No todo es lo mismo, aunque a veces digamos “no discutamos más porque eso nos complica”. Pero, en realidad, nos termina complicando más. Se trata de trayectorias y génesis distintas. Es imposible pensar la comunicación popular sin pensar la política, los movimientos de la política y del hacer político en nuestro continente. La discusión por lo popular se define por sus protagonistas, por quiénes lo protagonizan como actores centrales del proceso. Algunas experiencias nacen de la decisión política de hacer visibles voces, esa es una génesis. Otras arrancaron con las expresiones de sectores, grupos y organizaciones populares que se encontraron por esa vía con lo político. Son dos caminos diferentes que terminaron cruzándose.

**M.C.M.:** Yo comparto esto que dice Washington. Creo que una de las discusiones no dadas y que ha generado un vacío para la reflexión teórica y también para la discusión de las prácticas es esta suerte de indeterminación. Y bueno, comunitario, popular, alternativo... lo usamos. Lo usamos nosotros mismos en algunas actividades. Discutí siempre eso porque creo que hablar de comunicación popular implica nuevamente hoy una discusión muy fuerte que hay que retomar: si lo popular nombra a un sector social en términos socioeconómicos y culturales o si lo popular es una categoría que, asociada a estas comunicaciones de las que nosotros hablamos, nombra una situación de

subalternidad y la voluntad de discutir la hegemonía. Es decir, si nosotros hacemos de lo popular una categoría asociada a determinaciones materiales o si nosotros asumimos lo popular como una categoría asociada a la dimensión del poder: quién tiene el poder de conducir, de diseñar, de determinar el curso de la historia y de la sociedad.

Para mí hay una discusión fuerte con las prácticas de comunicación popular que yo llamaría “ensimismadas”, que se plantean como alternativa frente al sistema comunicativo que es dominante en nuestra sociedad, pero que hacen de lo alternativo la marca distintiva: otra manera de hablar, otra manera de ser, otros actores. Son prácticas que, a mi juicio, no piensan más que en quienes las protagonizan en el sentido más reducido del término. Es decir, no piensan sino en lo que se expresa desde la producción de los mensajes, desde la conducción de un medio, desde el colectivo que es responsable de llevar adelante esa práctica. Entonces, no asumen que son parte de un sistema comunicativo más amplio, son un momento en una red discursiva más amplia. Ese olvido hace que muchas prácticas de comunicación popular terminen siendo marginales. Esa es una discusión fuerte: si la comunicación popular es o debe ser una comunicación marginal. La discusión radica en si lo popular tiene que ser marginal o tiene que asumirse como una instancia que forma parte de un sistema mayor en el seno del cual se da la disputa por una palabra diferente. En muchos casos, no hay suficiente debate sobre la capacidad de incidencia de las experiencias sobre lo colectivo, sobre su inserción en movimientos sociales o populares que efectivamente discutan, disputen y trabajen por la hegemonía. ¿Cómo es la discusión sobre la hegemonía en la sociedad y cómo la comunicación popular se articula en esa discusión sobre el ejercicio del poder en la sociedad? Yo creo que ese es un debate no saldado.

Otra cuestión que está vinculada es si las prácticas de comunicación popular pueden y deben liderar procesos sociales o si más bien son prácticas llamadas a hacer soporte, apoyatura, complemento o instrumento de movimientos sociales o políticos. Esta vieja discusión, muchas veces mal planteada, esconde críticas a lo que se llamó vanguardismo político. A menudo se dice “no, nosotros no podemos ser los que conducimos este proceso, porque debe ser el pueblo”. De algún modo, eso esconde también un sentimiento que Armand Mattelart llamaría “la condena al pequeño burgués que todos llevamos dentro”. Es decir, en la medida en que buena parte de las prácticas de comunicación popular son desarrolladas por, o en ellas participan, sectores que dentro del mundo

subalterno tienen ciertas condiciones de privilegio, hace que exista una especie de rechazo a conducir procesos debido a esa conciencia pequeño burguesa. Yo creo que hay experiencias que han superado exitosamente esta discusión. Estoy hablando del papel de las prácticas de comunicación que se llaman populares en su vinculación con los movimientos sociales. Creo que hay dos maneras de verla. Rápidamente: está la manera de verse como acompañantes, consolidadores o fortalecedores de los movimientos sociales, y están quienes dicen “no, nosotros también somos un actor político”. Son dos maneras de concebir las prácticas y esa es una discusión no saldada. Yo creo que hay muchas prácticas de comunicación popular que no han logrado aclarar suficientemente esta cuestión: ¿cuál es el límite, cuál es la relación o cuál es la sinergia entre la práctica comunicativa y la acción movilizadora de las organizaciones sociales? Me parece que este es un debate central en este contexto de desmovilización. Yo percibo que las prácticas de comunicación popular tienen que pensar fuertemente este tema porque si no corremos el riesgo de que haya palabras vacías de acciones o que no sepamos que con nuestra palabra tenemos posibilidades de provocar la acción. Hay una cantidad de radios de las que se llaman comunitarias que, si vos le decís que son un actor político, te dicen que no. Lo he vivido en muchísimas investigaciones y evaluaciones que he hecho. Yo creo que ha habido avances importantes en nuestro país, y se han dado justamente cuando esas prácticas se han asumido como actores políticos. Eso ocurrió, por ejemplo, durante todo el proceso de debate de la ley de medios. No tengo dudas de que un grupo de prácticas de comunicación comunitaria lideraron la producción de los 21 puntos y esto habla de su búsqueda por ser un actor con incidencia en el plano de las políticas de comunicación, que dialoga al mismo nivel con otros actores sociales como las universidades, los gremios, que dialoga y pelea con el Estado. Pero, eso que es un avance, no creo que haya eliminado el debate acerca de quiénes son los que conducen o pueden conducir los procesos políticos.

**W.U.:** Yo sumo a eso otra cuestión que parece que no terminamos de resolver: cómo pensamos en términos de categorías y, en términos metodológicos, cuál es el lugar de la comunicación en los procesos de transformación o de cambio. Muchas veces la comunicación, por definición o porque así es convocada, viene a la cola o como etapa final de un proceso del que no participó. Comunicadores y comunicadoras son convocados en el momento en que hay definiciones

tomadas para visibilizar, para expresar, para manifestar. Pero así se sigue con una concepción instrumental y difusionista de la comunicación. Esa es una cuestión que no tenemos saldada a nivel de las políticas públicas. Sandra Massoni suele decir: “no somos el final de la línea de montaje. No nos llamen al final de la línea de montaje. No somos el último eslabón.”

**¿Y en términos de las redes de medios populares, cuáles serían los temas de discusión hoy? ¿Cómo se pueden sintetizar los modos de pensar la comunicación y la política hacia las redes de comunicación popular?**

**M.C.M.:** Hay una cosa que hace rato vengo pensando y diciendo cuando trabajo con compañeros que forman parte de estas redes y es que a mí me parece que la comunicación popular, y las redes, por supuesto, tienen que hacerse cargo hoy del brutal cambio de escenario comunicativo en el que nos movemos. Hay una condición de la comunicación en nuestro tiempo que es la condición informativa, una marca de la cultura que hace de la información nuestro modo de ser, información que nosotros recibimos pero también la información que producimos. Es decir, esta nueva manera que tenemos de ser en sociedad, que es la interacción permanente con otros recibiendo datos y dando datos nuestros. Yo creo que tenemos que asumir esto como nuestra condición cotidiana y sistémica, para usar una palabra odiosa a nuestras maneras de pensar pero que da cuenta de que vivimos en ese sistema. Me parece que esta nueva condición traspasa todas las discusiones de las que hablamos hasta recién con Washington. Si asumimos que esta es la condición en que vivimos, la comunicación popular tiene que preguntarse, antes que nada, qué es lo que hoy no puede ser dicho y cuáles son hoy las voces subalternas, cuáles son hoy las que llamamos “las voces acalladas”, si parece que todo el mundo puede decirlo todo en todo momento, si tenemos los dispositivos tecnológicos y tenemos hasta ciertas competencias que se van adquiriendo desde muy chiquitos para estar presentes en una esfera pública transformada por las redes, por internet, por los dispositivos. Me parece que hoy el desafío para las redes pasa primero por responderse la pregunta acerca de cuáles son estas transformaciones reales.

¿De verdad hoy todo puede ser dicho por todos, en todos lados? O, como decía Rodríguez Brandão en una frase que me gusta referir al hablar de comunicación popular, “perdidas en la polvareda de las palabras”, lo único que no puede

decirse son aquellas palabras que nos constituyen, nos identifican, nos permiten nombrar lo que anhelamos. Ahí hay un desafío para las redes: decir dónde estamos, cómo es hoy esta realidad comunicativa, que es global, que tiene una dimensión macro pero que se realiza, se materializa, en cada espacio, en cada territorio, con particularidades. Y, luego de eso, decir qué hacemos nosotros si realmente nos asumimos como un actor político que construye la transformación social, no como el furgón de cola. ¿Qué significa informar hoy y cómo habría que informar, y para quién, y cómo? Creo que hay que volver a esas preguntas. Tenemos que ser parte del mundo de la interactividad y el entretenimiento. ¿Pero eso en qué consiste? ¿En que ahora al programa de radio lo ponemos en la web, o consiste en otras cosas?

Son preguntas centrales que las redes deben hacerse, porque yo sí creo que son las redes de medios las que permitieron grandes avances. Fueron capaces como redes de decir “así no podemos más, tenemos que pelear una política pública”. Sin esas redes no sé cuánta fuerza hubiera tenido aquella pelea por nuestra ley de medios. Esto no sólo pasó en Argentina, ha pasado en otros países donde estas redes de medios han contribuido a transformaciones en las políticas públicas. Y también estas redes son las que empezaron a hacerse preguntas acerca de quién nos está escuchando, preguntas sobre las estéticas, sobre la incidencia.

**W.U.:** Yo me pregunto, a esta altura, si tiene sentido seguir hablando de comunicación popular. Quizás seguir hablando de comunicación popular nos termina encasillando en una trayectoria que es valiosa pero que insiste en diferenciarnos por el modo de hacer y que no nos está habilitando a caracterizar el escenario actual de la comunicación en el macro escenario que significa la lucha política por el poder. Tenemos que discutir la comunicación como un vector absolutamente fundamental en la construcción política y en la construcción de la lucha por el cambio social porque, de lo contrario, la comunicación popular sigue pensando en sí misma, en su autoconstrucción. Me parece que la pregunta acerca de qué le aporta la comunicación popular a la lucha por el poder es una pregunta falsa. La pregunta es cuáles son los actores protagónicos para el cambio social, cuáles de esos actores están invisibilizados o inexistentes y qué capacidades comunicacionales hay que desarrollar en esos actores para que efectivamente tengan incidencia en la discusión del cambio de escenario político global. Porque el territorio se redefine permanentemente, ni

hablar el simbólico. Entonces la pregunta hace surgir actores absolutamente nuevos. Miro, por ejemplo, algunas de las cosas que nos pone a pensar Rosana Reguillo. Cuando habla de los jóvenes no está pensando en comunicación popular, está pensando en un actor protagónico emergente en la discusión del escenario político global. ¿Eso es comunicación popular o no? No se nombran esos términos y sin embargo es absolutamente clave discutirlo desde ahí. Entonces, no estoy diciendo que se pierda la identidad de la comunicación popular, sino cómo discutimos la comunicación en el proceso global de transformación, qué actores emergentes hay y qué aportes, recursos y necesidades tienen.

**En esa línea, entonces, ¿qué actores o prácticas emergentes reconocen en la disputa por la hegemonía, que puedan nutrir las discusiones e incorporen creatividad y capacidad política transformadora?**

**W.U.:** Creo que, por un lado, la juventud. Ni siquiera lo digo en términos demasiado positivos, porque ahí hay un desafío tremendo, hay una distancia hasta epistemológica difícil de sortear. Y otro actor es, claramente, el movimiento de mujeres, que cambió la lógica de construcción política y está cambiando también las estéticas, nos está cambiando más a fondo, la epistemología, el modo de entendernos como actores en la sociedad. Y me parece que hay que atender también al protagonismo de las comunidades, no sólo originarias sino también las comunidades identitarias, como la comunidad LGTBI, las comunidades identitarias en los mundos juveniles, en el arte. Me parece que esos son todos actores que la tradición de la comunicación popular tiene que incorporar, porque nos están interrogando desde otro lugar, nos están planteando preguntas para las que no tenemos respuestas.

**M.C.M.:** Comparto lo que dice Washington. Y creo que hubo un actor emergente en nuestro país que se ha diluido, de alguna manera, que es el movimiento de derechos humanos, un actor emergente de una fuerza extraordinaria que se ha diluido por el imperio del poder, por el desgaste al que se ha visto sometido. Si hay una zona a la cual el poder hegemónico le pone fichas para destruir es a ese movimiento emergente de los derechos humanos, que ha tenido una visibilidad ligada a un momento de nuestra historia como es la dictadura. Creo que es un

actor que también en su momento nos cambió estéticas. El escrache como modo de comunicación y cultura es un legado de organizaciones como HIJOS, los pañuelos de las madres, la construcción de simbología, la construcción de los de los movimientos por la memoria, que son importantes en nuestro país aun con todos los ataques que sufren. Que siguen presentes en otras zonas no vinculadas directamente a la cuestión de la represión dictatorial, porque aparece la importancia de la memoria en otras áreas de la vida social. Fue un actor emergente que la comunicación popular asumió, del mismo modo que creo que la comunicación popular ha asumido decididamente al movimiento feminista como un actor.

Pero creo que la comunicación popular tiene todavía deudas muy grandes con la juventud. Yo creo que los movimientos y las estéticas juveniles son un hueso duro de roer para las prácticas de comunicación popular. Me parece que hay algo de la disrupción que plantean los jóvenes en el lenguaje, en la vida cotidiana, que todavía a la comunicación popular le cuesta. Creo que hay mayor interlocución con los movimientos feministas, con los movimientos de derechos humanos, porque, de alguna manera, son políticamente más claros que los movimientos o las prácticas juveniles. Hay una posibilidad de dialogar más fácilmente con esos movimientos, en términos de cuál es el horizonte de cambio que se busca, que con los jóvenes, que no constituyen un movimiento sino que son una experiencia. Y a mí me parece que a la comunicación popular le cuesta mucho a veces dialogar con las experiencias.

**W.U.:** Agrego solamente una cuestión. Particularmente en Argentina me parece que hay otro pendiente que es la articulación con las organizaciones sindicales. El movimiento sindical es un mosaico de prácticas muy difícil de englobar bajo una sola caracterización. Y hoy, si uno mira las organizaciones de trabajadores, aun las que pueden ser más afines ideológicamente, no incorporan lo comunicacional como un dato. Incluso en el mundo de la economía social, la comunicación es una entelequia. Cuando piensan en lo comunicacional piensan en el marketing. Si pensamos en términos de la comunicación en perspectiva política y de cambio, ahí hay puentes que construir. Hay procesos que no están, no están ni siquiera abiertos los canales.

**M.C.M.:** Por eso hablaba antes de las preguntas que la comunicación popular debe hacerse hoy. En algún momento decíamos que la comunicación popular era ese espacio donde lo no visto se hacía visible, donde lo acallado podía expresarse. Prácticas que, de alguna manera, ayudaban a dar cuenta de esas presencias conflictivas que siempre existen en las sociedades. Porque, aun cuando no se manifieste en grandes luchas, el poder siempre es sufrido y confrontado de alguna manera, y la comunicación popular estaba llamada a mostrar, a permitir que se vea, que se dialogue. ¿Qué es entonces lo que puede hacer hoy la comunicación popular, cuando pareciera que todo puede ser dicho? En una cosa disiento con Washington. Ya que coincidimos en todo, voy a disentir en algo. Yo creo que más que nunca es necesaria la idea de una “comunicación otra”, subalterna, popular, pero una “comunicación otra”, que nombre lo distinto, porque cuando vivimos en la pretendida era de la abundancia comunicativa e informativa, tenemos que poder mostrar la pobreza en la que estamos sumidos y los procesos terribles de manipulación, muchísimo peores que antes, de los que somos víctimas, no en términos personales sino como conjunto social.

Dice Sadin que vivimos en la época de la “aserción infundada”: podemos decir cualquier cosa y cualquier cosa puede ser aceptada como verdadera. La mentira no importa porque la verdad no importa, porque lo que importa es la posibilidad de decir lo que sea y con cualquier fin. Cuando no solo no hay códigos de ética sino tampoco un consenso social acerca de la necesidad de sostener con actos lo que decimos, tenemos que bregar por una comunicación que diga “no, eso no es así”, que diga “esto es verdad o es mentira”. Hay datos objetivos que no se pueden negar y opiniones que tienen que ser expresadas como tales. Ese es para mí el trabajo de la comunicación popular hoy: volver a reponer el valor de la palabra en su sentido fundante, en el sentido fundante de un ser que es porque habla.

La comunicación es uno de los modos en que tenemos las personas de establecer ideas comunes, de compartir opiniones, de discutir las. La comunicación es esta posibilidad que tenemos de ir construyendo agendas comunes, cuestiones que nos interesen, no a todos, sino grupos específicos, cosas que nos importan. La comunicación también es este modo de producir saberes necesarios, saberes útiles. En ese proceso de construir saberes, opiniones y demás, la comunicación permite otra cosa formidable: que haya ciertas voces, ciertos rostros, que empiecen a ser conocidos por otros. Tenemos que volver a repensar el papel que

tiene la comunicación en la cuestión del reconocimiento recíproco y de la construcción de liderazgos. Tenemos una sociedad en la cual no hay recambios en la política. Nos quedamos sin líderes, no aparecen. En los sectores sindicales, en los movimientos sociales, de militancia, territoriales. ¿Por qué decimos tanto esto? Porque no necesariamente se ve a quienes están haciendo. Hay mucha gente que está construyendo y no es vista. ¿Por qué? ¿Qué estamos haciendo nosotros para visibilizar todo eso que no se ve en este mundo donde todo el tiempo estamos viendo cosas? Entonces yo creo que la “comunicación otra” es hoy más necesaria porque estamos ante un sistema mucho más opresivo. Porque es el sistema que nos hace creer que podemos decirlo todo, todo el tiempo, y que podemos saber todo, todo el tiempo.

**W.U.:** Voy a coincidir con la diferencia de Marita en este punto: cuando dije que me preguntaba si tiene sentido seguir hablando de comunicación popular, lo decía en el sentido de que ese espacio no termine siendo un refugio, una suerte de placebo, para eludir otras discusiones. O sea, “nosotros somos la comunicación popular, qué buenos y qué diferentes que somos”. En ese sentido. Subrayando lo que plantea Marita, agrego dos cosas. A mí me ayudó a entender un montón de cosas Jesús Martín-Barbero. Hay una cosa que atraviesa su tesis de filosofía, publicada poco antes de su muerte: la palabra como praxis de liberación. Me parece que eso es central. Ahora, esa recuperación de la palabra como praxis de liberación requiere, en este momento, alto nivel técnico profesional. Y requiere, además, trasladar todas las capacidades creativas que existen en esos actores, en otros protagonistas, trasladarlos al escenario de la comunicación y de la sociedad y apuntar a que esas estéticas discutan con las estéticas dominantes.

**M.C.M.:** Y le sumaría: con un oído puesto en el pueblo. Porque, cada vez más, para hacer esa comunicación que queremos, más que hablar tenemos que escuchar. No podemos comunicar si no somos capaces de empatizar, de recoger lo que hoy la sociedad está produciendo de diferencia, de transformación, que a nosotros incluso puede no parecernos una transformación en el sentido del cambio social, la liberación o como le llamemos, pero que es una transformación en los modos de vivir y de ser. Y para eso sí se necesita una gran competencia

profesional, porque solo quien sabe hacer muy bien algo es capaz de no tener miedo de perderse en el otro.

**W.U.:** Hay en Freire muchas afirmaciones en el sentido de habilitar y profundizar la escucha para potenciar la palabra. Y esa es una actitud de vida y es una actitud esencial de comunicadores y comunicadoras desde esta perspectiva.

### **¿Qué balance hacen del rol de la universidad en su vinculación con la comunicación popular?**

**W.U.:** Nosotros lo que hicimos ahora mismo fue plantear una agenda. Esa agenda no puede estar afuera de los claustros. La universidad no puede tener una agenda distinta a esta, en los temas y en la habilitación de las capacidades técnicos profesionales, reconociendo además los aportes que la universidad hizo en este proceso, que no son pocos, particularmente en nuestro país.

**M.C.M.:** Yo creo que en los últimos años, sobre todo, diversas carreras de comunicación asumieron el tema de la comunicación popular, comunitaria, alternativa. Era una cuestión importante y se fueron haciendo cargo. Más allá de esos espacios valiosos, que existen en varias universidades y que han producido espacios de investigación, sin embargo creo válido lo que alguna vez dije y sostengo: la universidad, las carreras de comunicación, no aprovecharon la potencia epistemológica y teórica de la comunicación popular para la enseñanza. Ya no para la enseñanza de la comunicación popular, sino que, en general, nuestras carreras no han sabido ver lo que epistemológicamente, conceptualmente, metodológicamente aporta la comunicación popular, las prácticas de comunicación popular, para pensar la comunicación. ¿Ustedes conocen alguna materia de teoría de la comunicación donde se trabajen las nociones que provienen de la comunicación popular? Yo no, todavía no. Quiero decir que todavía la teoría se hace desde otros lugares, desde el plexo teórico del campo de estudios de la comunicación. Pero no hay necesariamente un reconocimiento de lo que hemos aprendido de la comunicación popular en términos de lo que significa el diálogo, la expresividad, la idea de la mediación entre las personas por ejemplo, para pensar la comunicación en términos generales. Entonces yo creo que ahí hay un gran desafío. Así como hay un

aprendizaje desde los medios masivos, porque ¿de dónde surgió la teoría del agenda setting, la teoría de los efectos, sino de las prácticas de los medios? Pero no hay teorías que surjan de las prácticas de comunicación popular. ¿Por qué? Porque la universidad ha dado cuenta de las prácticas o las ha enriquecido con aportes, pero no se ha nutrido de ellas. Yo creo que ahí hay todavía un gran desafío.