

Autor: Mauricio Beltrán*
Título: EL DERECHO Y DEBER DE CONTAR VERDADES NO ES SÓLO PARA LOS COMUNICADORES, SINO PARA TODO EL PUEBLO...
Lugar: Norte del Cauca, 2005
Producción: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net
Nota: Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

EL DERECHO Y DEBER DE CONTAR VERDADES NO ES SÓLO PARA LOS COMUNICADORES, SINO PARA TODO EL PUEBLO...

La propiedad comunal de las ideas la que mantiene la identidad de un pueblo.... y el pueblo Nasa entendió que para lograr dicha propiedad hay que aprovechar las comunicaciones.

“El taller reforzó nuestro afán de comunicarnos y de llenar esa esperanza del Plan de Vida Nasa. Porque el que cada día no se prepara se va quedando solo y dará dos pasos adelante y tres atrás, generando desagrado y descontento”. En este sentido, “el taller resultó muy importante para nuestros procesos en los sectores sociales”, invitó a la reflexión y a la elaboración de ideas para mejorar la comunicación en la comunidad, tanto al interior de ella como al exterior. Dichas ideas resumen las percepciones que tuvieron 43 personas de 17 cabildos del norte del Cauca quienes participaron en el *Taller de sensibilización y diseño de estrategia en comunicaciones* preparado por Medios para la Paz y el Tejido de Comunicaciones del Proyecto Nasa.

El objetivo era crear un espacio en el que comunicadores, periodistas, autoridades y líderes del Proyecto Nasa debatieran y analizaran sobre la importancia de las comunicaciones en su quehacer y en el desarrollo de su Plan de Vida. Así, tomando conciencia de aciertos y desaciertos y recogiendo los aportes de amigos y amigas invitados, se realizó un primer ejercicio para pensar y fortalecer el Tejido de Comunicación para la Verdad y la Vida, nombre bajo el cual se coordina la comunicación interna y externa del Proyecto Nasa, para seguir caminando la palabra y defendiendo valores.

Los participantes venían de distintas regiones del norte del Cauca, en el centro occidente del país, tales como: Toribio, Tacueyó, San Francisco, Jambaló, Corinto, Miranda, Cerro Tijeras, Huellas Caloto, Guadualito, Munchique, Canoas, Delicias, Concepción, Toez, Pueblo Nuevo Ceral, La Paila Naya y Cabildo urbano de Santander.

El taller partió del reconocimiento de la realidad. “Vinimos a aprender y a compartir” - esa era la premisa. Tras la presentación de los asistentes, y la exposición de sus expectativas, se realizó la introducción al taller, ésta partía de encontrar respuestas a qué es comunicar y por qué resulta importante para el Proyecto Nasa debatir y pensar sobre dicho tema.

“Cuando la gente realiza una acción, está comunicando... todo se define alrededor de estrategias de comunicación, pero las autoridades no siempre son concientes de esto” - afirmó Manuel Rozental, coordinador del Tejido de Comunicaciones del Proyecto Nasa. Esa fue la primera conclusión del Taller: todos, empezando por las autoridades, deben reconocer la trascendencia de las comunicaciones en la comunidad y su papel en procesos de consolidación, resistencia y defensa de identidad y cultura.

* Director de la Fundación Colombia Multicolor. Representante de AMARC-Colombia.

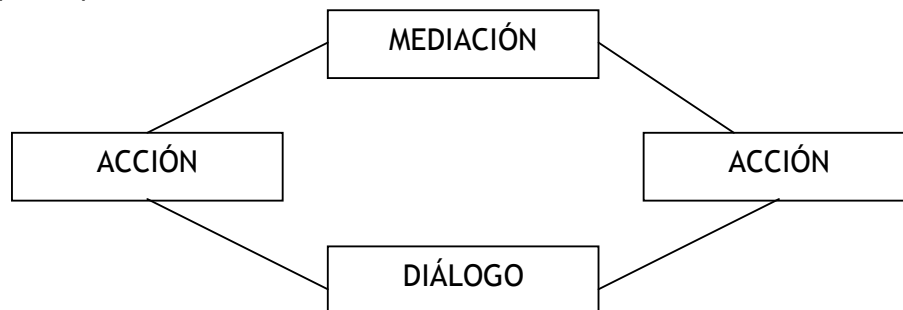
En primera instancia, los participantes concluyeron que la comunicación implica: informarse, reflexionar, tomar decisiones para actuar y poner en marcha acciones concretas. Ese fue un primer logro, reconocer la amplitud del proceso de comunicaciones. Era claro que una propuesta de comunicación no se construye en un Taller. Sin embargo, lo que allí se buscó fue discutir y debatir sobre un tema al que hasta entonces, si bien se le había dado cabida, no se le había dado la relevancia necesaria: la comunicación interna y externa. La idea es intercambiar saberes y estimular debates capaces de impulsar acciones.

En un segundo momento, Mauricio Beltrán, uno de los talleristas invitados y quien ha seguido de cerca el proceso del pueblo Nasa, llamó la atención sobre cómo percibir a los medios de comunicación: “no hay medios ángeles, ni demonios... es decir, ni buenos ni malos. Tampoco hay comunicación inocente o angelical, siempre hay un objetivo claro” - señaló Beltrán.

Desde dicha premisa, Mauricio Beltrán contextualizó cuál sería la “pelea” de la comunidad Nasa con el entorno comunicacional predominante: “cómo podríamos definir a la cultura de muerte? Yo les propongo la siguiente “metáfora”: la que siembra las mismas plantas, es decir, la que homogeneiza la naturaleza, esa ejemplifica la cultura de muerte. El monocultivo enriquece al dueño del ingenio pero no a los cultivadores. Y la llamamos de la muerte porque choca y anula la visión de los Nasa. El árbol Nasa está hecho con la historia de cada uno de ustedes, con la raíz del pueblo, no con aquello que resulta más rentable, sino con algo hecho de materia orgánica propia... de eso se nutre el árbol NASA. Pero ambos árboles, el que homogeneiza y el Nasa, reciben los mismos rayos de sol... en términos de comunicación, estamos en la misma pelea, los mensajes que nos llegan son desde el monocultivo de la cultura, que no nos habla desde qué es, desde la esencia, como el nasa, sino desde símbolos.

Tras dicha metáfora los participantes comprendieron la dinámica básica de la comunicaciones: símbolos - hábitos - ritos - mitos. “La comunidad debe hacer suyo este proceso “ - señaló Beltrán. Pues es claro que el ser humano necesita que la presencia de sus símbolos y de sus hábitos crezca y para que esto suceda dicho proceso debe volverse mediático.

Pero ¿qué implica ser mediático? Para responder a dicha inquietud, Beltrán partió de la esencia y fundamento de toda comunicación: el diálogo. “¿En qué momento la comunicación se vuelve realidad?... cuando hay diálogo, es decir, cuando nos encontramos con el otro y construimos pensamiento. Ese espacio de diálogo es el que define quiénes somos. Luego sigue la acción. El diálogo precede a la acción. La acción, a su vez, se vuelve mediación...y, otra vez, la mediación precede a la acción y se vuelve al diálogo. Es un ciclo que no podemos desconocer”.



Fue entonces cuando se empezaron a reconocer carencias. Durante los trabajos en grupo los participantes detectaron que al ser una cultura de tradición oral, perdían participación, era necesario fortalecer las formas de expresión, adaptarlas y a través de ellas, contar la

historia del pueblo nasa y sus aportes a la humanidad. Así mismo, se detectó la necesidad de conocer a los medios y a los mensajes externos, “el miedo de lo que viene de afuera no es suficiente para responder a la agresión” - señaló Manuel Rozental, uno de los coordinadores del Tejido de Comunicaciones.

Los participantes, tras sus trabajos en grupo, reconocieron y propusieron algunos caminos posibles para tener en cuenta a la hora de pensar y estructurar una estrategia de comunicación:

- Buscar apropiación crítica de la comunicación masiva. Es decir, generar mayor capacidad de análisis y visión crítica del contenido de medios.
- Crear mayor conciencia de que comunicar la verdad es un derecho como pueblo, luego también implica un deber.
- La gente tiene cosas que contar, pero no se está haciendo ¿Por qué?. La estrategia debe incluir la necesidad de dar a conocer las historias de vida de la comunidad.
- Hay que tomar la decisión de transformar la impotencia en decisión.
- “Mientras más recogíamos historias, más nos dolía y más ganas de contar teníamos” - señaló uno de los asistentes quién reseñó su experiencia en el Putumayo. Dicha narración animó la discusión sobre la oportunidad de narrar historias, de utilizar los medios para dejar memoria y dar a conocer verdades.
- Es necesario reconocer que el derecho y deber de contar verdades no es sólo para los comunicadores, sino para todo un pueblo. Además, es una cuestión de procesos, con etapas, que requiere recursos y capacidades.
- Falta utilizar la fuerza del proceso colectivo del Proyecto Nasa. Aprovechar toda su potencialidad.
- Hay que romper la barrera entre la gente y el derecho a comunicar.
- El pueblo debe salir a persuadir, a contar, a hacer alianzas... producir para contar hacia fuera, y no sólo hacia adentro.
- Es necesario abanderar la producción de comunicación propia.