

Guía para la Conformación Consejos Populares de Comunicación

Advertencia

En ningún momento este material de lectura pretende ser una receta metodológica para el abordaje de una comunidad. Es tan solo una guía elaborada a partir de la sistematización de varias experiencias hechas en varias regiones del país. Depende de cada facilitador/promotor/investigador/educador/problematizador el que adecue lo sugerido aquí, haciendo lectura necesaria de la realidad sobre la cual va a intervenir políticamente, como un sujeto que interactúa y transforma junto a otros sujetos.



Etapas del Proyecto

CPC

El proceso de conformación de cada CPC pasa por tres etapas, con unos tiempos promedios definidos. Sin embargo, y debido a las propias dinámicas locales y la política nacional, estos tiempos pueden variar.

1. Impulso

Es la etapa en la cual realizamos los contactos, reuniones y talleres iniciales con las organizaciones comunitarias, con el fin de dar a conocer la propuesta de los CPC para que la gente se vaya apropiando del mismo y surja la necesidad de su conformación.

Tiempo de Ejecución: 6 semanas



2. Conformación

Esta etapa empieza con la actividad formal de conformación del CPC y las actividades iniciales, entre ellas, la articulación con otras organizaciones que hacen vida en la comunidad, la elección definitiva del proyecto comunicacional acorde con la realidad de la comunidad y la elaboración del plan de trabajo.

Tiempo de Ejecución: 4 semanas



3. Consolidación

Inicia a partir de la puesta en marcha del plan de acción, en donde los promotores realizan un acompañamiento continuo hasta que el CPC pueda desarrollar por sí mismo sus actividades sin necesidad de guía. En esta etapa se realiza el plan de formación político-ideológica y técnica en dos niveles: para todos los integrantes de los CPC y para quienes serán formadores y multiplicadores propios de la comunidad. Es fundamental para la consolidación de los CPC la dotación de equipamiento, a fin de que éstos puedan desarrollar sus proyectos comunicacionales.

Tiempo de Ejecución: 2 meses como mínimo



Entonces...

¿Por dónde empezar?

Lo primero es seleccionar el territorio o sector social en donde realizar el trabajo de impulso de un CPC. Esto de ninguna manera lo haremos solos, pues para ello estamos conformados en equipos de trabajo regionales, en donde discutiremos cada uno de los parámetros que nos llevarán a seleccionar los espacios en donde desarrollar el trabajo.

Territorios

No podemos elegir trabajar en un territorio determinado de manera aislada al contexto político regional y nacional. En tal sentido, se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- * Importancia política y económica del territorio
- * Identificación política del territorio e influencia de los distintos partidos en el mismo
- * Cantidad poblacional y electoral
- * Impacto cultural de ese territorio en la región



Sectores Sociales

La elección del sector social con el cual (o con los cuales) trabajemos va a depender de la actividad productiva principal de la población (obreros, pescadores, campesinos, mineros) o de la importancia que, culturalmente, le adjudica el grueso de la población a un sector (jóvenes, estudiantes, mujeres, cultores, etc.).

Se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- * Importancia del sector social para el avance de la economía de la región.
- * Niveles de articulación del sector (nacional, regional, estatal, local).
- * Cantidad de personas vinculadas a las organizaciones pertenecientes a un mismo sector.
- * Impacto político y cultural de ese sector en la región.

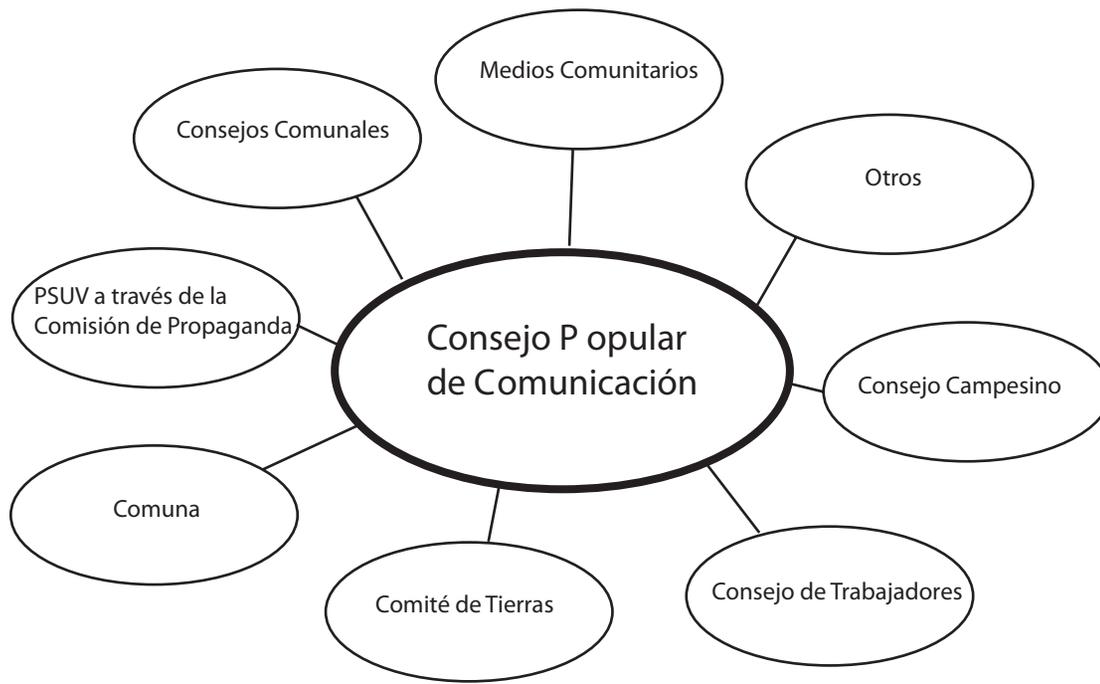
Para ambos casos

- * Recordemos que estamos en una lucha de clases y los CPC son formas organizativas desde, por y para nuestra clase.
- * El trabajo siempre lo realizaremos con organizaciones, buscando un nivel avanzado de ellas en función de abarcar más espacios y fomentar la integración (una comuna en lugar de un solo consejo comunal).
- * Debemos buscar territorios y sectores en donde exista una motivación inicial de algunas personas (integrantes de organizaciones, claro está) para que puedan ser nuestros aliados en la etapa de impulso. Sin personas motivadoras propias de la comunidad o sector, será difícil el desarrollo del trabajo.



* Siempre debemos buscar distintas vías de verificación del trabajo de construcción de las organizaciones con las cuales pretendemos trabajar, en función de comprobar la veracidad del mismo y ahorrarnos tiempo de abordaje.

* Dependiendo del interés, debemos procurar la vinculación de comunidades y organizaciones a los sectores sociales, principalmente los que hacen vida en la producción. Así tendremos, por ejemplo, un CPC conformado por varios voceros de Consejos Comunales, del PSUV y por sindicatos de la zona industrial cercana.



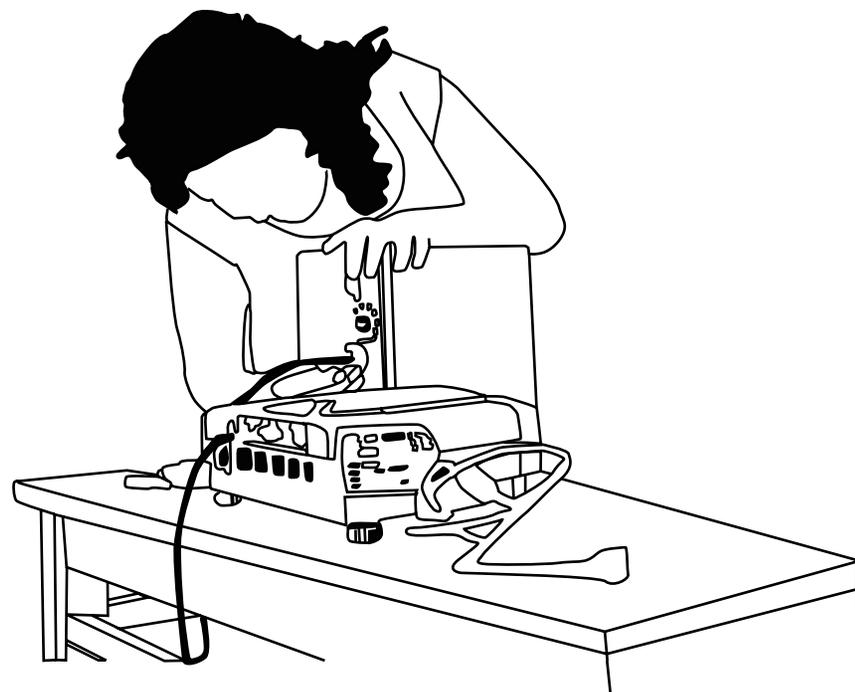
Y después de seleccionar el espacio... ¿Qué?

A partir de este momento le damos arranque a nuestras etapas. Independientemente de los tiempos que utilicemos, cada una de ellas debe cumplir con unos objetivos planteados y un conjunto de temas necesarios para el desarrollo futuro de cualquier propuesta de comunicación.

Impulso:

Objetivo General: Dar a conocer la propuesta de los CPC partiendo del análisis local y nacional en cuanto a la comunicación.

Temas a discutir: Diagnóstico de necesidades locales/sectoriales; qué entender por comunicación (qué y para qué); medios privados, medios públicos y medios comunitarios: el impacto de cada uno en nuestro país; guerrilla comunicacional; diagnóstico comunicacional local/sectorial; comunicación y organización comunitaria: los CPC; qué y para qué de los CPC; posibles proyectos a desarrollar en la comunidad; propuesta territorial/sectorial para trabajar los CPC.



Sesiones: (Sugerencia: Mini-Talleres de 4 horas como máximo)

Sesión 1: Primera convocatoria, por lo general, con un grupo reducido de personas. Hacemos una introducción genérica, oímos mucho, mucho, mucho a la gente y así tanteamos sus necesidades y realidad. Convocamos a una segunda sesión y comprometemos a otros a convocar.



Sesión 2: Convocatoria ampliada. Diagnóstico de necesidades locales/sectoriales trabajadas a partir de mesas o lluvia de ideas, en combinación con cualquier otra técnica de animación. Esto nos permite saber en dónde estamos parados y permite a la comunidad volver a discutir sus problemas. Debemos buscar priorizar la problemática, así como también encontrar sus causas y analizar las consecuencias de los mismos, y de ser posible, plantear propuestas de solución. Vincular a la comunicación.



Sesión 3: Qué entender por comunicación (qué y para qué); medios privados, medios públicos y medios comunitarios: el impacto de cada uno en nuestro país. Estos dos temas se trabajan juntos, pues el primero nos lleva al segundo. En el desarrollo del primer tema, se debe orientar hacia sus objetivos políticos: formación, agitación y organización. Para el segundo tema, buscar que la misma gente encuentre las diferencias entre los medios, y echar la conversadita en torno a la influencia de los medios de masa, la alienación, la propaganda, la publicidad, la ideología y sus aparatos.

Sesión 4: Taller de Guerrilla Comunicacional. Vinculado a la discusión anterior en torno a la alienación y la ideología dominante, el taller de Guerrilla Comunicacional se presenta como una solución comunitaria inmediata para lograr introducir nuestro discurso en la opinión pública y movilizar a la gente. Asimismo, es un taller motivador en tanto práctico.



Sesión 5: Diagnóstico comunicacional local/sectorial; comunicación y organización comunitaria: los CPC. Este taller es para analizar los medios locales, cómo funcionan, sus dificultades, a quiénes pertenecen, etc. Se introduce (la misma gente suele hacerlo) la cuestión de la contraloría y cómo se podría realizar. Luego vinculamos la problemática comunicacional a la problemática local general a través de una pregunta, en función de desarrollar el segundo tema y presentar la propuesta de los CPC como solución comunicacional integradora.



Sesión 6: Posibles proyectos a desarrollar en la comunidad; Realizamos un paseo por los diferentes tipos de medios que se pueden trabajar en las comunidades/sectores sociales, y se orienta en función de cuáles son acordes según la necesidad y diagnóstico comunicacional realizado en sesión anterior. Se realiza una discusión participativa. Propuesta territorial/sectorial para trabajar los CPC. Debemos impulsar la integración, por lo cual recomendamos tomar como unidad mínima un eje y no una comunidad específica.

Sesión 7: Se conforma “formalmente” el CPC. Dependiendo de la motivación y las ganas, se realiza una actividad, se registra en un acta su nacimiento, se discute un nombre, etc. Como quedan varias dudas en torno a quiénes exactamente lo conforman y cómo hacer para que no se coleen los camaleones, esto nos da inicio a la siguiente sesión, de la segunda etapa.

Conformación:

Objetivo General: Definir la forma organizativa, objetivos y el plan de trabajo del CPC, enmarcado en los principios de la Comunicación Popular.

Temas a discutir: Comunicación Popular; objetivos locales del CPC; perfil de los miembros; forma organizativa; plan de trabajo inicial.

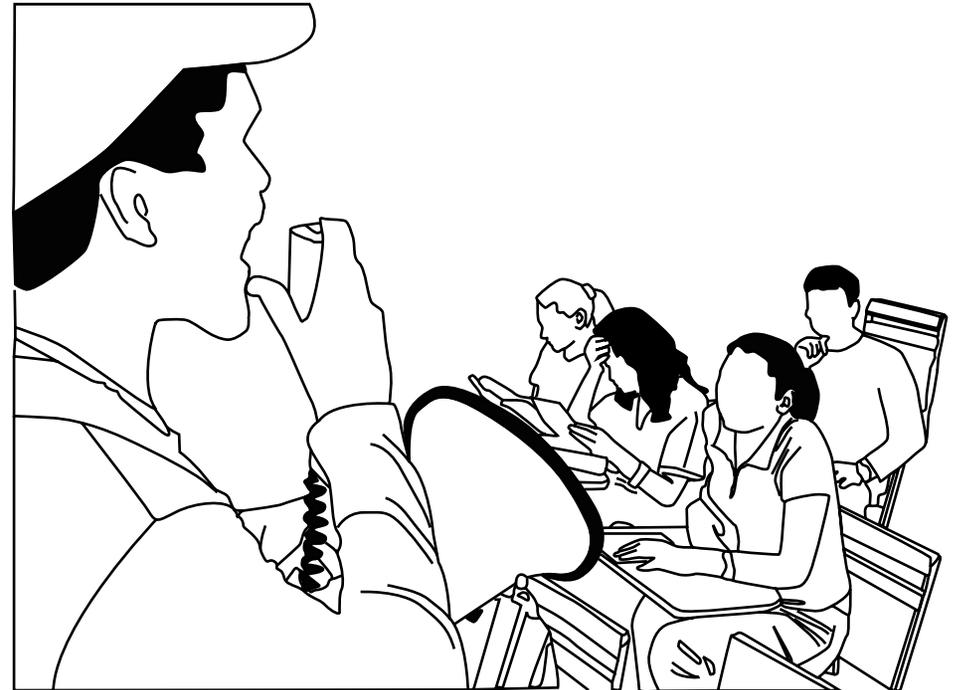
Sesiones:

Sesión 8 y 9: Taller de Comunicación Popular (El facilitador define de cuántas horas serán las sesiones, e incluso si son más de dos sesiones dependiendo de los tiempos de la comunidad. Esto es una guía).

Sesión 10: Una vez discutidos los modelos exógenos y endógeno de la Comunicación, y entendiendo que debemos hacer una comunicación para la transformación de nuestro entorno, nos traemos nuevamente la discusión de los objetivos de los CPC, pero a nivel local, propio de la realidad allí inscrita. Asimismo discutimos en torno al perfil de los miembros del CPC. Utilizar técnicas variadas.

Sesión 11: Se orienta hacia la forma de organización interna de los CPC, partiendo del papel de trabajo de los objetivos locales. Procurar orientar hacia la creación, entre otras comisiones, coordinaciones o cómo la llamen, de una instancia para la formación. Definir las funciones de cada instancia.

Sesión 12: Plan de trabajo inicial. Se rediscuten rápidamente las propuestas de posibles proyectos comunicacionales, a fin de tener seguridad de haber escogido los medios adecuados, y se realiza un plan de trabajo inicial.



Consolidación:

Objetivo General: Procurar de herramientas técnicas e ideológicas a los CPC en función de la transformación de su realidad comunicacional.

Temas a discutir: Dependiendo del Plan de Trabajo de cada CPC, sin embargo, existirán unos temas base para la parte ideológica, común a todos los CPC, a definir próximamente.

Sesiones:

Se recomienda iniciar esta etapa con un taller de elaboración de proyectos y uno de planificación, mientras se van cuadrando los facilitadores para los talleres de áreas específicas. Esto con el fin de ser la misma comunidad quiénes elaboren sus proyectos por escrito, con fines de financiamiento.

Tips para todos los talleres, encuentros, conversas, etc.

* Romper con la rutina de acomodar a las personas uno detrás del otro, pues esto forma parte de la educación dominante e inhibe la participación.

* Debemos incentivar a la participación de todos, activando la comunicación y el debate. Para ello, debemos hacer uso de los juegos cooperativos y dinámicas provenientes de la Educación Popular

* Se sugiere mantener el orden de los temas en la medida de las posibilidades, ya que los mismos presentan una evolución que parte de la experiencia de cada comunidad y de la reflexión a partir del “sentido común”, hasta el desarrollo cada vez más profundo de los contenidos, analizando de lo particular a lo general, y viceversa.



* Lo anterior no significa que haremos los talleres siempre iguales, pues depende de la realidad y dinámica de cada comunidad. Si la necesidad es realizar un taller acerca de la Ley Resorte, el facilitador/promotor lo incluirá entre las sesiones.

* En la medida de lo posible, toda actividad con la comunidad debe ser planificada, así como el facilitador/promotor debe profundizar y preparar con antelación los temas y las reflexiones de cada encuentro.

* Se deben llevar actividades innovadoras que apunten al aprendizaje integral, tomando en cuenta las diferentes inteligencias (auditiva, visual, etc), expectativas, habilidades y potencialidades del grupo.

Y por último...

Se recomienda meterse un puñal en Investigación Acción Participativa, técnicas y dinámicas para la educación popular, y por supuesto EP y CP. (Todo esto se lee, pero también... ¡se practica!).