



# Palabra de Mujer!

*La experiencia de ser promotora popular de comunicación*



COMUNICACION  
POPULAR

*tarea*

UNMSM-CEDOC

UNMSM-CEDOC

¡PALABRA DE MUJER!

La experiencia de ser promotora popular de comunicación



De esta Edición

© Asociación de Comunicadores Sociales Calandria  
Av. República de Chile No. 284 - Dpto. 207  
Jesús María, Lima - Perú

© Tarea, Asociación de Publicaciones Educativas  
Horacio Urteaga 976 - Lima 11 - Apartado Pos-  
tal 2234 - Lima 100

Diseño y Artes: Javier Ampuero

Impreso en TAREA, junio de 1987.



#### SOBRE SUS AUTORAS

Las principales protagonistas de esta experiencia fueron las propias promotoras de comunicación popular en proceso de formación. La mayoría nos acompañaron hasta el final del Taller de Capacitación. Las menos se retiraron en el camino, por diversas dificultades. Todas ellas son: *Esther Valverde* (San Martín de Porres); *Ada Murrugarra* (Independencia), *Marlene Blas* (Comas); *Clara Pacheco* (Carabaylo), *Fidelia Valenzuela* y *Elsa Vera* (San Juan de Miraflores); *Hilda Cahuana* (Villa María del Triunfo); *Carmen Cárdenas* (Villa El Salvador); *Madelaine Guerra* (Ate Vitarte); *Lucila Martínez* (San Juan de Lurigancho) y *Janeth María Ojeda* (Cercado). Todas aportaron a los contenidos del presente folleto y por lo tanto son autoras legítimas de sus contenidos y su formulación.

En la conducción del Taller, estuvimos, Helena Pinilla G., Beatriz Arguedas y la que escribe. Lo presentado es resultado de las conversaciones surgidas durante el taller, cuya lógica temporal hemos respetado. Hemos tratado de recuperar todo lo sentido y vivido al lado de lo trabajado. La redacción final trata de rescatar y reconstruir ese ambiente de aprendizaje tan humano y lleno de cariño que se gestó entre las participantes, en el que todas elaboramos juntas un saber común y útil para el pueblo.

ROSA MARIA ALFARO MORENO





## INDICE

- I. INTRODUCCION
- II. ¿QUE ES UNA RADIO POPULAR?
  1. ¿COMO EMPEZAMOS?
    2. ¿COMO SON LAS EMISORAS COMERCIALES DE GUSTO POPULAR?
      - 2.1. ¿Cómo son las emisoras radiales que se escuchan todos los días?
      - 2.2. ¿Qué le gusta a la gente de esas emisoras, qué encuentran en ellas?
      - 2.3. ¿Qué tipo de programas son los más escuchados por el pueblo?
    3. ¿COMO ES LA RADIO POPULAR COMO "NUESTRA VIDA"?
      - 3.1. ¿Cómo es, qué la distingue?
      - 3.2. ¿A quién se dirige?
      - 3.3. ¿Qué hacen las mujeres cuando escuchan el programa?
      - 3.4. ¿Para qué sirve, cuál es su utilidad?
  4. COMENTARIO



### III. ¿COMO HACER UNA RADIO POPULAR DE LAS MUJERES?

#### 1. ¿DE QUE SE TRATA?

#### 2. LA ENTREVISTA RADIAL POPULAR

- 2.1. ¿A quién debemos entrevistar?
- 2.2. ¿Para qué hacemos entrevistas?
- 2.3. ¿Qué tipo de entrevistas podemos hacer nosotras?
  - a. La Entrevista como EJEMPLO
  - b. La Entrevista como DENUNCIA
  - c. La Entrevista como CONFLICTO DE VARIOS
  - d. La Entrevista como RELATO
  - e. La Entrevista como OPINION
  - f. La Entrevista como IMAGINACION DE CAMBIO
  - g. La Entrevista como SALUDOS Y AVISOS
  - h. La Entrevista como Pedido
- 2.4. ¿Cuál es el papel del que entrevista?
- 2.5. ¿A quién debe escuchar la oyente y qué quiere saber?
- 2.6. ¿Cómo hacer para que una entrevista salga bien?

#### 3. LA NOTICIA POPULAR

- 3.1. ¿Qué es una noticia?
- 3.2. ¿De quiénes son las noticias que vamos a tratar?  
¿Quiénes son los protagonistas que vamos a preferir?
- 3.3. ¿Sobre qué temas deben tratar las noticias?
- 3.4. ¿Qué hay que decir cuando se redacta o se lee una noticia?
- 3.5. ¿Cómo se dice una noticia?
- 3.6. ¿Cómo son las noticias en la radio y en la televisión?
- 3.7. ¿Cómo deben ser las denuncias en "Nuestra Vida"?
- 3.8. ¿Cómo debemos decir las denuncias?

#### 4. EL SOCIODRAMA EN LA RADIO

- 4.1. ¿Por qué usar sociodramas en la radio?
- 4.2. ¿Qué es un Sociodrama?
- 4.3. ¿Para qué sirven los sociodramas en la radio?
- 4.4. ¿Cómo se hace un Sociodrama?

#### 5. LA RADIONOVELA

- 5.1. ¿Por qué la tomamos en cuenta para la Comunicación Popular?
- 5.2. ¿Qué es una radionovela?
- 5.3. ¿Cómo se hace una radionovela?
- 5.4. ¿Para qué sirve una radionovela?

#### 6. COMENTARIO



#### IV. LA COMUNICACION POPULAR EN LAS ORGANIZACIONES: ¿QUE HACER?

##### 1. PALABRAS INICIALES

##### 2. ¿QUE ES COMUNICARSE?

##### 3. LA COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES

3.1. ¿Cómo se comunica el pueblo al interior de sus organizaciones?

3.2. ¿Dónde nos comunicamos?

3.3. ¿Hay problemas de comunicación en nuestras organizaciones?

##### 4. LA COMUNICACION ENTRE ORGANIZACIONES POPULARES

4.1. ¿Cómo es la comunicación entre organizaciones?

4.2. ¿Qué problemas existen?

##### 5. ¿COMO SE COMUNICAN LOS POBLADORES ENTRE SI?

5.1. ¿Cómo se comunican?

5.2. ¿Dónde nos comunicamos?

5.3. ¿Qué problemas de comunicación afrontamos?

##### 6. ¿CUALES SON LOS PROBLEMAS DE COMUNICACION DE LAS MUJERES?

6.1. ¿Qué problemas de comunicación viven las mujeres con los hombres, en la familia?

6.2. ¿Cómo es la comunicación de las mujeres con los hombres, en sus organizaciones?

6.3. ¿Hay problemas de comunicación entre mujeres?

##### 7. COMENTARIO

#### V. CARACTERISTICAS DE UNA PROMOTORA DE COMUNICACION POPULAR COMPROMETIDA CON LA RADIO

##### 1. ¿QUIENES SOMOS?

##### 2. ¿QUE DEBEMOS HACER EN EL PUEBLO Y LAS ORGANIZACIONES?

##### 3. Y EN EL DISTRITO, ¿QUE DEBEMOS HACER?

##### 4. ¿CUAL ES NUESTRA RELACION CON EL PROGRAMA RADIAL "NUESTRA VIDA"?

##### 5. COMENTARIO FINAL





## INTRODUCCION

Nos juntamos para definir cuál era el papel de una Promotora Popular de Comunicación, comprometida con un Programa Radial participativo, dirigido a mujeres del pueblo. Estaba de por medio un programa ya existente, cuyo nombre es "NUESTRA VIDA", el que se emite semanalmente por Radio Santa Rosa e Imperial, y diariamente por Radio Cadena. (\*)

Lo que aquí presentamos es el proceso de definición de esa identidad, ocurrido en un período de tres meses. Mientras que cotidianamente ellas actuaban como corresponsales de sus distritos, para el programa radial, dos veces por semana nos reuníamos para sistematizar lo que se hacía, recuperando su experiencia, su capacidad reflexiva y su palabra. No habíamos previsto esta publicación, pero la riqueza descubierta nos motivó a redactar este folleto que ponemos a disposición de nuestros lectores. Da cuenta de todo lo que es posible obtener con la participación popular, con sólo motivar y respetar su capacidad, pero con la ayuda de una acción concreta de carácter alternativo y popular que orienta, sin pretenderlo. La metodología fue sencilla. En la primera parte, se fue revisando cada responsabilidad con el programa, reconstruyendo su sentido, a partir de ellas mismas. Las búsquedas personales, las expectativas y los valores propios adquiridos en la experiencia colectiva, se enfrentaron a su cultura radiofónica. Cultura recuperada de su amplia práctica de oyente consumidora de la radio comercial.

Sus hábitos de consumo y los encuentros positivos con ella, se relacionaron con sus descontentos y críticas. Evidentemente que el modelo de NUESTRA VIDA y sus dos años y medio de duración estaban siendo parte importante de esa vivencia radial.

Nuestra presencia se limitó entonces a motivar el diálogo, a ordenarlo y a formular las preguntas, muchas de las cuales fueron rebasadas y transformadas por las respuestas. Lo más importante es que fuimos testigos valorativos de su propia gestión, del esfuerzo que hicieron por ser capaces de gestar conocimientos ante ellas mismas y frente a nosotras, quienes se supone sí sabemos. Porque su saber existe y no puede ser opacado por el de los profesionales. La educación Popular debe entonces ser un lugar de diálogo y encuentro que no oprime a nadie, sino que nos libera unidos, en ese compromiso por transformar a nuestro país, buscando juntos la solidaridad y la justicia.

En la segunda parte, la perspectiva fue la mujer popular, el barrio, la organización y el distrito. Allí se descubrieron las necesidades comunicacionales, las particularidades, los problemas y algunas alternativas. Entonces, se averiguó todo lo que se podía hacer en sus propias zonas, cómo podía servir la radio y qué otros medios y métodos se podían utilizar para mejorar la organización y la unidad popular, especialmente de la mujer.

Sobre la base de múltiples preguntas, las que transcribimos en columna aparte, ellas iban definiendo el saber radial popular muy cercano a la realidad y a la experiencia. Utilizamos papelones para apuntar lo que se decía. Así mismo, las prácticas y ejercicios radiales motivaban evaluaciones y reflexiones que también incluimos. Si bien la redacción está reconstruída para permitir su comprensión, ésta ha tratado de transcribir la sencillez y la formulación sintética de su manera de hablar, contar y reflexionar. Hemos preferido no explicar cada afirmación, porque entonces la variación podía ser muy grande, desvirtuándose el proceso que las permitió existir. En ese sentido, pedimos que cada frase sea leída con cuidado, porque contiene mucha y apretada enseñanza.

(\*) Emisora que no supo comprender el programa radial, y adonde se apuntaba con la participación de la Mujer. Tuvimos que salir en Febrero de 1987.

Se reingresó a la emisión diaria el 2 de Marzo en las ondas de Radio Unión AM, 880 Kc. a las 11.30 am. a 12m.





2. ¿QUÉ ES UNA RADIO POPULAR?





## ¿COMO EMPEZAMOS?

Toda acción educativa espera que unos enseñen y otros aprendan. Había entonces que cambiar esta relación que les daba poder a unos, los que saben, y pasividad sumisa a los que aprenden. Pero no era necesario decirlo, simplemente había que hacerlo. Ya nos habíamos visto y todas escuchaban y participaban en el programa radial "NUESTRA VIDA". Ellas sabían que su palabra iba a ser valorada por nosotros, a partir de las características del programa. Aún así presionaba en ellas una subvaloración de sí mismas, con cierto menosprecio por la escasa educación recibida, y una admiración cariñosa por las profesionales dedicadas al pueblo. Pero todas escuchaban radio, conocían de emisoras, programas, cantantes, locutores y horarios y tenían sus preferencias, sus modos de escuchar, sus críticas. Había que relacionar entonces ambas experiencias, ya conocidas y vividas. Se posibilitaba así la comparación. De manera natural fueron rotulando a cada una. De un lado estaba la Emisora Popular, del otro la Comercial. A partir de las preguntas que figuran a la izquierda dijeron lo siguiente:



## 2. ¿COMO SON LAS EMISORAS COMERCIALES DE GUSTO POPULAR?

### 2.1. *¿Cómo son las emisoras radiales que se escuchan todos los días?*

Allí no se viven las noticias, sino que se leen de periódicos, no están con nosotros. Cuando se habla del pueblo, lo hacen de manera general, como si fuera algo lejano. Casi nunca dan cabida a la organización popular, menos aún a la de las mujeres. Se lee todo lo que ha sucedido de manera rápida, a un mismo nivel, sin sentir, sin resaltar todo aquello donde estamos nosotras comprometidas. No se ocupan de los pueblos más lejanos, no llegan a ellos. A no ser que pase algo muy grave y escandaloso. Allí sí corren.

La mujer participa muy poco. Sólo aparece con bastante frecuencia en las propagandas, por un afán comercial. Somos casi siempre sólo oyentes. Y las pocas locutoras mujeres que aparecen son sensuales, románticas, refinadas, muy técnicas, como de almanaque. Se da una idea de pasividad de la mujer, como si en la vida no significásemos nada y eso no es cierto.

En la radio, los locutores son profesionales, hablan bonito, pero no sienten, parece que leyeran, son muy formales. Y lo que más se pasa es música, en eso se ha especializado, aunque hay radios que pasan distintos tipos de música y entonces se puede escoger. Hay radios que pasan nuestra música y eso nos gusta.



2.2. *¿Qué le gusta a la gente de esas emisoras, qué encuentran en ellas?*

A la gente del pueblo nos gusta la radio porque acompaña, hasta cuando hay apagones. No sólo nos ayuda y nos informa, sino que uno se siente con alguien, sobre todo cuando estamos solas en casa, hasta puede quitar el miedo si nos hablan bien. Lástima que no se utilice bien.

La televisión también gusta mucho. Hay bastantes personas que ya no oyen radio, sólo ven televisión y oyen cassettes. Pero eso no nos sucede a las mujeres. Porque para ver TV hay que dejar de hacer cosas y eso nos trae problemas en el hogar. En cambio cuando prendemos la radio, la oímos mientras trabajamos en la casa y hasta en el mismo centro de trabajo. En el micro también la podemos escuchar. Es decir podemos compartir con ella muchos momentos de la vida. También es cierto que la radio se escucha porque no se puede comprar periódicos, son muy caros y tener TV y cassettes también cuesta. En cambio, hasta el más pobre puede en algún momento comprarse una radio chiquita. Y todos los que no saben leer, es decir que son analfabetos o los que si aprendieron pero no tienen mucha práctica, no tienen dificultades de comprender las voces y la música.

La radio no perjudica como la televisión, especialmente a nuestros hijos, que empiezan a pedir que les compremos lo que ven, o imitan también, sobre todo ven mucha violencia y cosas inconvenientes para su educación.

2.3. *¿Qué tipo de programas son los más escuchados?*

A pesar que tenemos muchas críticas contra la radio comercial, sin embargo, algunos programas son buenos y satisfacen, aunque sea parcialmente, las necesidades del pueblo. Pero son pocos, aunque últimamente hay más.

Por ejemplo, los programas de concurso son muy llamativos, por los premios, provocan interés en la gente, aunque esto sea sólo por interés. ¿A quién no le cae bien un premio?, significa una pequeña ayuda, cuando hay tantas necesidades.

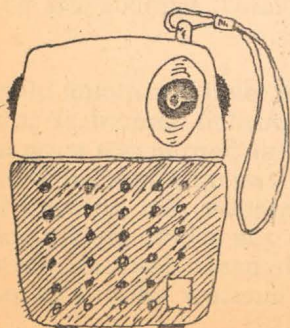
Los programas donde se pueden mandar saludos son muy bien vistos por el pueblo. No sólo porque se pueden comunicar con sus parientes, los paisanos y los amigos, sino porque nos gusta escuchar nuestros nombres por la radio, es casi un honor saludar así, los que reciben los saludos quedan contentos. Sin embargo tenemos que decir que hay muchas emisoras que cobran mucho por los saludos, otros no los pasan, y las que sí lo hacen destacan más a los que viven en Miraflores y San Isidro, nuestros saludos los pasan rápido, sin sentirlos.



A la gente les gusta que haya abogados y doctores que sepan aconsejar, que hablen de cómo criar a los niños, de cómo curar, también gusta la psicología y otros problemas más. Como no hemos recibido mucha educación estos programas ayudan, sobre todo a pensar, porque uno no tiene que hacer necesariamente todo lo que dicen.

Algunos programas permiten denuncias pero son los menos. Cuando vamos a la emisora nos hacen hacer colas, dan cita para otro día, no nos dejan explicar bien y muchas veces cambian lo que hemos querido decir. Pero por lo menos hay esa posibilidad. Hay algunos locutores que han adquirido mucha fama porque el pueblo puede denunciar. Hay uno, por ejemplo, que todo su programa es de participación, la gente va o habla por teléfono y dice sus problemas, porque cree que él está con el pueblo. A la verdad que habla bonito, le conversa a la gente. Pero no tiene independencia política verdadera. Es un comodín, siempre está a favor de los gobiernos, cuando aparece otro, se voltea. Es una casualidad que justo participan los que están de acuerdo con los gobiernos. O los seleccionan, o la gente se hace, engaña, que es de ese partido, con tal que le solucionen sus problemas.

Las recetas de cocina gustan mucho, pero cuando están bien dichas. También son muy buenos esos programas en que uno puede ofrecer sus productos, para venderlos y escuchar lo que otros también venden. Nos gusta la radio útil, que sirva a la comunidad.



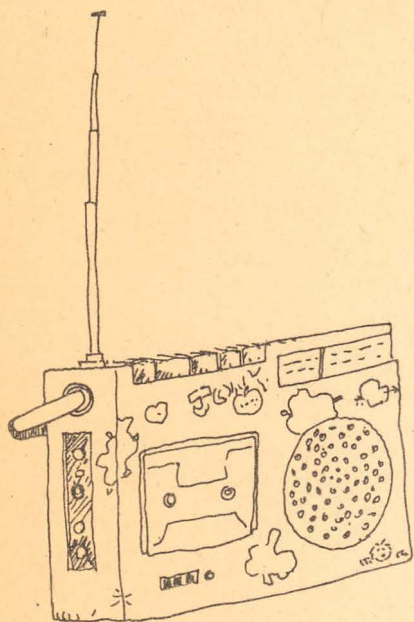
Los programas de deportes son emocionantes, sobre todo cuando juegan vóley las mujeres, porque ellas son muy buenas y sólo ellas le dan triunfos al Perú. Cuando el equipo de fútbol nacional juega con otro país también provoca interés. Pero a muchas mujeres no nos gusta escuchar estos programas. Preferimos verlos en televisión, y en las grandes ocasiones. El deporte es una actividad muy popular; en nuestros pueblos se juega ahora mucho vóley, especialmente las jóvenes. También se hacen muchos campeonatos barriales de fútbol, los domingos.



Los programas graciosos hacen reír, especialmente los noticieros, aunque a veces hablan rápido y dicen cosas que no entendemos a la primera y como no repiten nos quedamos en la luna. Si bien saben hacer críticas con la risa y nada perdonan, ni siquiera a los gobiernos y a los militares, a veces dan cólera, porque se burlan de los paisanos, de los provincianos. Con la broma dicen todo lo que se les viene en gana, sin pensar a quién van a herir, no se sabe con quién están. A todo el mundo lo friegan, lo chacotean todo.

Los horóscopos también gustan, porque se dice el futuro. Hay gente que cree en eso. Saber lo que le va a pasar a uno es bonito, como un juego, aunque no sea verdad.

La música es lo que más agrada. A las señoras les encanta recordar la música de su tiempo, los boleros, las rancheras, la música criolla y los huaynos de su tierra. La gente del pueblo, especialmente la más adulta es muy nacionalista en sus gustos musicales, pero también escucha de otros países parecidos al nuestro.



Los programas dedicados a los pueblos de dónde uno viene son muy escuchados. Presentan y hablan del pueblo, lo que está pasando, nos permite no olvidar y estar en contacto con ellos. La música es muy linda. Antes se escuchaban estos programas sólo al amanecer, pero ahora hay muchos también durante el día.

Los locutores están cambiando. Antes eran más fríos. Ahora tratan con más confianza a la gente. Hablan bonito. Aunque algunos parecen fantoches, son pura labia, y engañan a la gente. Hemos captado que varios programas se están copiando de NUESTRA VIDA y también usan el "vecina", o la "comadrita". Pero se nota cuando es falso y por interés.

En algunos programas, se deja contar historias a la gente del pueblo, pero en forma limitada. En algunos casos, se respeta la historia y permiten que uno cuente como sabemos hacerlo. Pero lo malo es que los locutores intervienen, hasta el técnico, y hace cambiar el argumento. Además la radio pone la música, y lo toman a la chacota, como si fuera comicidad. Por el premio, la gente aguanta. Además uno tiene que pedir cita con una semana de anticipación.

Antes había novelas en una emisora, todo el día, pero ya han cambiado, ahora solo pasan obras, que comienzan y terminan el mismo día, no es como antes, son aburridas, no hay suspenso.



En cambio, las novelas de NUESTRA VIDA son diferentes. En primer lugar son reales, las otras tienen demasiados cambios, no es igual. Las nuestras están más preparadas por nosotros y las locutoras, nos dejan contar, sólo comentan al final. Además tienen capítulos, mueve el interés. Son educativas, no sólo nos entretienen sino que nos hacen pensar, hasta llorar, porque hay historias muy tristes y uno se acuerda de su vida. Sirven para no volver a cometer errores, para aconsejarnos y tener esperanzas.





### 3. ¿COMO ES LA RADIO POPULAR, COMO "NUESTRA VIDA"?

#### 3.1. ¿Cómo es, qué la distingue?

Está a favor de los oprimidos, de los marginados, es decir del pueblo. Está con nosotras. Baja a las bases, apoya a las organizaciones. Está en los pueblos, hasta en los más lejanos de las zonas de Lima y de provincias.

Se habla de manera real y directa y se tratan de muchos temas. Pasan bastantes cosas, no sólo música. Hay alegría y también tristeza, como en la vida. Y las músicas son de nuestra patria, de los pueblos, las que se tocan en las fiestas y en las casas.

Las locutoras son también mujeres del pueblo, como nosotras. Son naturales, sencillas y directas al hablar. Nos hacen también reír y pensar. Pero sobre todo nos tratan con cariño. Porque ENTRE NOSOTRAS NOS ENTENDEMOS. En ese programa nuestras vidas forman parte de la noticia. Las mujeres tomamos parte activa en la radio, somos como se dice, las protagonistas. Nosotras mismas comprobamos que es la realidad la que habla, conocemos de nuestras distintas vidas y problemas. Entonces Elsa y Estela son locutoras del pueblo. Y allí están también nuestras voces y las de muchas otras mujeres, porque perdiendo un poco el miedo, sí sabemos hablar bien.



### 3.2. ¿A quién se dirige?

Este programa se dirige a las mujeres, a sus organizaciones, a los clubs de madres, los comités del vaso de leche, los comedores y otras más. Tanto a las organizadas como a las que no lo están todavía. Hablan mujeres adultas y jóvenes. A los hombres también se les conversa, pero de manera indirecta, aunque muchos de los esposos escuchan y se interesan. Tiene que ser útil a las mujeres que han avanzado como a las que todavía están mal. Y dentro de las organizadas también hay mujeres con muchos problemas personales y grupales.

### 3.3. ¿Qué hacen las mujeres cuando escuchan el programa?

Tenemos que pensar en nuestras oyentes y saber qué hacen a la hora del programa. Unas están trabajando durante el programa diario, en casas, o en PAIT, ONA, OFASA, PAD, y otros. Pero el domingo sí pueden escuchar. Otras ven telenovelas a esa hora. Algunas descansan. Las mujeres que no tienen televisión y aquellas que sí poseen uno, pero que conocen el programa, esas sí lo escuchan. Tenemos que tomar en cuenta a nuestras oyentes, así debe ser una radio popular. Lo mejor sería cambiar de horario, que el programa se pase más temprano, porque en la mañana la televisión no jala tanto. Los domingos en radio Imperial 2 sí lo escuchan, pero sólo las del cono Sur, porque no llega bien a otras zonas, a esa hora muchas se están levantando, aunque algunas aprovechan para descansar un poquito más ese día que no hay trabajo. Y a mediodía en Radio Santa Rosa, estamos almorzando y en familia. A veces los maridos no dejan escuchar, pero poco a poco se crea la costumbre.

### 3.4. ¿Para qué sirve, cuál es su utilidad?

De esta manera la radio contribuye a mejorar nuestras organizaciones y nuestros pueblos. Porque las críticas ayudan mucho, se fomenta la comunicación entre organizaciones. Entonces estar organizada aparece como un valor positivo. Se ayuda así a que nos mantengamos unidas, más sólidamente.

Sirve también para tomar conciencia de nuestros problemas, de por qué ocurren y qué debemos hacer, no quedándonos con los brazos cruzados o llorando nuestra desgracia.

Las mujeres podemos así comunicarnos mejor, sobretodo para conocer y sugerir alternativas de solución para nuestra vida familiar y la de nuestras organizaciones. Porque creemos en el papel importante que tiene la mujer en la sociedad, en la casa, en el barrio, en la radio, hasta en el deporte.

De esa manera, con una radio, así la mujer que escucha y la que participa se valorará a sí misma, luchando para que la sociedad la respete y reconozca su labor.



#### 4. COMENTARIO

De esa manera, con profundidad y sencillez, nos contaron de dos proyectos comunicativos distintos pero vinculados. La síntesis hecha por sí mismas nos habla de una gran capacidad para pensar y hablar y de lo cerca que para ellas está el cambio y la transformación social. La esperanza es un sentimiento cercano, una prueba de su posibilidad, un motor de acción. El programa de Radio "NUESTRA VIDA", que se pasa dentro de las programaciones de las radios comerciales había servido para imaginar una radio diferente cuya existencia no está tan lejana, ni se desarrolla en el nivel de los sueños. La acción tiene entonces sentido. No todo es negativo y crítica. Las alternativas se van obteniendo de a pocos y a través del tiempo. Pero se consiguen. Eso anima a continuar. Ese fue el ambiente construido.

Con mucha naturalidad y alegría se discutió sobre ambas propuestas. Pero a pesar que se resaltaron las diferencias estas no planteaban la enemistad total entre la radio y el pueblo. Mas bien se aludía constantemente a su parentesco, a la forma cómo la radio era un medio popular de comunicación rescatable y útil para la organización y la liberación popular.

Más aún se reconocía con bastante precisión a aquellos programas y emisoras que habían conseguido un empate con el pueblo, a pesar de su interés comercial. Pero el reconocimiento al papel que ha tenido la radio en nuestro país no impedía la crítica, como forma expresiva de una insatisfacción sentida. El programa radial "NUESTRA VIDA" les permitía comparar, ir más allá de sus propios hábitos de consumo. Pero, ya los mismos, eran un lugar previo de cuestionamiento, de una percepción intuitiva y reflexiva del engaño, de lo que se siente como falso.

Había entonces que desmenuzar y concretar cómo era esta radio popular en su quehacer cotidiano, cómo se organizaba la participación y la utilidad popular en ella. Entonces comenzamos a diseñar las distintas formas de participación popular en la radio masiva, las que describiremos a continuación.

Los valores rescatados de esa criticada radio comercial tienen que ver con la forma cómo esta ha respondido a las características de la cultura popular y nacional, a las necesidades de vinculación entre nuestros pueblos, a cómo se ha destacado la importancia social del pueblo, especialmente del lado musical, aunque fuese solo parcialmente y deformada. Pero allí en esa seducción operada, se perfilan también las fallas y se apuntan los cambios que habría que hacer. Allí está su fuerza y su motivación, las que son necesarias de escuchar y comprender.







3: ¿CÓMO HACER UNA RADIO POPULAR  
DE LAS MUJERES ?





## 1. ¿DE QUE SE TRATA?

A través de las diversas formas de participación que la radio comercial ha creado, debíamos diseñar cómo este compromiso con el pueblo obligaba a cambiarlas, tomando en cuenta la experiencia y las formas de comunicación popular. La Entrevista, La Noticia, El Sociodrama, La Radionovela, son algunas de las formas concretas que permiten la participación popular. Antes de normar su funcionamiento, desde la profesionalidad radial, o desde lo que creemos debe ser la comunicación popular, había que trabajarlas con los propios destinatarios. Entonces examinamos lo que cada uno de estos formatos es, desde la experiencia de las mujeres populares, motivando su reflexión y permitiendo que la necesidad del cambio social las promueva a pensar con espíritu transformador. El trabajo consistió entonces en asumir cada una de esas formas, escuchando además materiales diversos, grabados, provocando el análisis y la propuesta. Pensamos que así las definiciones se pueden vincular mejor a las prácticas, salir de ellas mismas. En esta parte se hicieron también muchos ejercicios, que al escucharse se evaluaban. De esa manera, con mucho detalle y profundidad se delineó el perfil de una radio popular en el cómo se hace y el trajín por dominarla.



## 2. LA ENTREVISTA RADIAL POPULAR

### 2.1. ¿A quién debemos entrevistar?

Son muchas las mujeres populares. Casi todas necesitamos apoyo y ayuda. Pero es importante tomar en cuenta a sus organizaciones, como parte de su identidad. Así es más simple y directo el saber quiénes somos. Entonces tendremos que decir que hoy día hay muchísimas organizaciones de mujeres, con quienes tenemos que conversar, mejor dicho las que tienen que participar en las entrevistas que hagamos, en las que estamos mujeres concretas y reales necesitando hablar.

Entonces tendremos que buscar a esas mujeres concretas y humanas que participan de los comedores, del Vaso de Leche, de los clubs de madres, de las promotoras de salud, de la organización vecinal, de los clubs deportivos, especialmente del vóley, de los grupos juveniles, de las hermandades y asociaciones de provincianos, de los talleres de confecciones, de las asociaciones de madres de familia, de las cunas, de los mercados, de las cooperativas, de las organizaciones y asociaciones de ambulantes, de las creadas por el gobierno como PAIT y PAD. Las de OFASA, PROME, etc.

Pero no sólo debemos entrevistar a las dirigentes, sino a las socias, a las beneficiarias, a los miembros, es decir a la población en general. Hay algunos programas con buenas intenciones, que sólo le preocupan los dirigentes y los que destacan. Sin masa y sin pueblo no hay organizaciones. Pero no sólo nos deben preocupar sus problemas y avances de su organización, sino también sus problemas individuales, que también son colectivos, como persona humana y como mujer.





## 2.2. ¿Para qué hacemos entrevistas?

En primer lugar, para dar a conocer a todos los que nos escuchan, sobre nuestras organizaciones y sus problemas. Muy poca gente sabe de esto. Sólo se enteran de la suya, y a veces ni siquiera es así, porque no asisten a sus asambleas.

Las noticias y todo lo que se dice adquiere más veracidad cuando se entrevista, se cree más.

También sirve para unirnos, para constatar que tenemos problemas comunes y que podemos ayudarnos haciendo una sola fuerza. Sin embargo, también aprendemos cuando descubrimos que estos problemas pueden ser vividos de manera diferente y con soluciones distintas. Es bueno escuchar esto de diferentes personas y experiencias.

Porque es positivo, no sólo compartir problemas, sino también las soluciones que hay que darles. Porque los pueblos sí sabemos cómo encontrar salidas, estamos aprendiendo. Y unos tienen más experiencia que otros o han tenido mejores oportunidades o capacitación adecuada. Así podremos encontrar soluciones colectivas a nuestros problemas, comunicándonos unas a otras y también con los hombres.

También entrevistamos para valorar nuestra palabra. Porque todos tenemos algo importante que decir. Y las mujeres también, más aún ahora cuando estamos haciendo tantas cosas y estamos aprendiendo. Las organizaciones vecinales dan pena, están muy quietas, no hay mucha participación, casi todo es solo coordinación de los dirigentes con los gobiernos, el municipio y las empresas.

Ellos y nuestros esposos muchas veces no nos dan importancia, lo que decimos no tiene valor. Al aparecer por la radio se van a dar cuenta de lo que somos capaces de hablar, de sentir y de pensar.

De esa manera, las oyentes se van a identificar con el programa, lo van a sentir suyo. Es la mejor forma de hacerle propaganda.

## 2.3. ¿Qué tipos de entrevistas podemos hacer nosotras?

De los que hemos escuchado en la radio, la televisión, y en "NUESTRA VIDA", además de lo que estamos aprendiendo en este taller, vemos que hay muchas formas de entrevistar.

### a. La Entrevista como EJEMPLO:

Es decir, cuando nos damos cuenta de una conducta buena, de una persona o de una organización o grupo, que han hecho algo que valga la pena de ser puesto como ejemplo, como algo de imitar, o simplemente que haga pensar y nos anime a continuar y tener esperanza. Porque la vida es dura y necesitamos estímulos. Si otros han podido hacerlo por qué no nosotros. Es como si nos comunicaran lo que han vivido, una especie de volver a vivir. Así lo recibimos y nos ayuda. Las cosas pueden cambiar con nuestro esfuerzo. También están los malos ejemplos, enseñan a examinar nuestros errores, a que evitemos volver a cometerlos. Cuando escucha-



mos casos de otros que cuentan de abusos y malas actuaciones aprendemos, podemos evitarlos antes que nos vayan a suceder. ¿Por qué siempre hay que sufrir y pasar por los problemas y los conflictos para comprender?. La experiencia de unas, debe servir para otras, si hay comunicación.

Necesitamos entonces recoger estos ejemplos, grabarlos y difundirlos por radio. Tienen que ser dichos con emoción pero también con claridad y con sus palabras, como hablamos nosotras, porque así nos entendemos. No tenemos que hablar como los de otros grupos sociales, ni como los hombres o los dirigentes, que muchas veces son duros y formales. El sentimiento es bueno para la comunicación. Hace pensar con vitalidad y fuerza.

#### b. La Entrevista como DENUNCIA:

Cuando surge un problema que afecta a la comunidad, cuando alguien comete abusos, cuando las personas encargadas no quieren solucionar lo que tienen obligación de hacer y está en sus manos, cuando se ve que algo malo va a ocurrir y se puede prevenir, cuando alguien o varios están instigando a la población a que cometan errores y se peleen... y muchos casos más, entonces se puede entrevistar, siempre y cuando los directamente comprometidos con el hecho lo quieran denunciar públicamente. Los propios afectados harán su denuncia a su manera, pero teniendo cuidado que se entienda, y que tampoco sea muy largo y aburrido. Debemos hacerles notar que tienen que hablar según a quienes se quieran dirigir. También aquí es importante decirlo en forma natural y afectiva, pero adecuándose a su público. Hay que invitarlos a pensar en los efectos o mejor dicho en la utilidad de la denuncia, que tomen en cuenta para qué lo van a hacer y qué quieren conseguir. Como también debemos ponernos de acuerdo previamente sobre el tiempo que va a utilizar y quiénes van a hablar. Muchas voces dan más oportunidad de participación. Y las palabras, tanto de dirigentes como de bases, permiten demostrar mejor quiénes están en realidad reclamando.

#### c. La entrevista como CONFLICTO de varios.

Cuando hay enfrentamientos, peleas o desacuerdos hay que entrevistar a ambas partes, como también a los que apoyan a unos y a otros. Cuando esos conflictos son entre los miembros de una organización o de un pueblo, debemos buscar también a quienes presenten alternativas de solución, a los que llaman a la unidad, a quienes son capaces de reconocer sus errores. Pero cuando los enfrentamientos son con personas que están utilizando su poder contra el pueblo, hay que darle más oportunidad de hablar al oprimido, al pobre, al débil, animándolo a dar su versión, haciéndole ver el valor de su palabra.

Los testigos de los conflictos son también importantes de entrevistar, aunque no estén directamente involucrados, pueden ayudar a ver más claro y a bajar los ánimos caldeados. Claro, siempre y cuando el problema, es decir el conflicto, sea muy importante de





solucionar. Porque tampoco vamos a contribuir a hacer líos grandes de problemas chicos, y sin importancia. Porque al escucharse por la radio, ese problema puede hacerse más grande de lo que es.

#### d. La Entrevista como RELATO:

Esta no tiene por qué ser problemática o conflictiva. Se trata más bien de relatos, de historias de vida, las que son contadas por una o varias personas. Pueden ser alegres, chistosas o tristes. Lo que importa es que nos cuenten cómo empezó, que pasó luego, como terminó y cómo está ahora.

En el pueblo, sabemos contar, especialmente las mujeres y las personas de más experiencia. Eso ayuda a que nos unamos y nos comuniquemos, a que una generación le pase lo que vivió, a la otra. Pueden ser relatos de una vida, de una época, de un hecho. Debe ser dicho con interés, con naturalidad, con emoción, con las formas propias de hablar. No todos saben contar. Hay que buscar a los que lo hagan mejor. Eso servirá de estímulo para las que tienen miedo y se ponen nerviosas, porque todos sí podemos aprender a contar. ¿Acaso no lo hacemos con nuestros hijos, con las amigas y vecinas, con los parientes y comadres? Estas entrevistas sirven de mucho para revalorar a nuestros personajes populares, sus experiencias y sus formas de comunicación.

#### e. La Entrevista como OPINION:

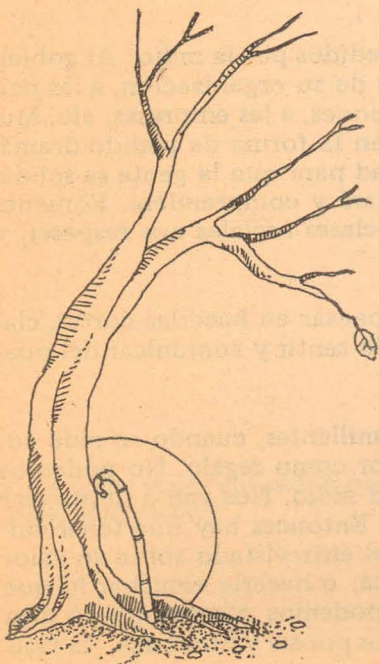
Los hechos y los problemas no son los únicos temas de las entrevistas, sino también las opiniones que se tiene frente a ellos. Porque no es lo mismo relatar o denunciar lo que pasó sino qué se piensa u opina de ello ¿Cuáles pueden ser las causas? ¿Quiénes están comprometidos y con qué intereses, directos o indirectos? ¿Cómo se podría solucionar? ¿Qué reflexiones nos provoca? ¿Qué enseñanzas dan?

Y todos tenemos opinión, aunque tengamos miedo de hablar, siempre estamos juzgando lo que nos pasa a nosotros y a los parientes, paisanos y vecinos, como también a los que hacen noticias.

Tenemos que mejorar sin embargo nuestra opinión, escuchando a otros, pensando mejor nuestras primeras reacciones ante las cosas que vemos o nos suceden. Hasta los niños tienen opinión. Se puede también entrevistarlos. Así aprenderemos a respetarnos y a tener opiniones más fundamentales y útiles. Debemos motivar a que se conozcan las opiniones del pueblo, como también podemos lograr que la gente piense un poquito antes de hablar, pero cuidando que no pierda naturalidad y emoción.

#### f. La Entrevista como IMAGINACION DE CAMBIO:

Para tener esperanzas en que nuestro país cambie, y que sigamos luchando, como también para saber qué es lo que está esperando la gente, es bueno que nos digan cómo imaginan una realidad distinta





y buena. No podemos seguir pensando que siempre la vida va a ser así y que no hay cambio posible. El pesimismo hace mucho daño, nos aplasta, nos hace pasivas. Además podemos aportar a pensar en cómo deberá ser la vida cuando haya justicia y bienestar. Aunque sean cortitas estas entrevistas, nos ayudarán a hacer el programa radial, un programa educativo para las mujeres del pueblo.

#### g. La Entrevista como SALUDOS Y AVISOS:

Nos comunicamos también con saludos y con avisos útiles para nuestras organizaciones. Los saludos unen a parientes, paisanos y amigos, que estamos en Lima, pero también a los que están en las provincias. La radio tiene que permitir que nos relacionemos de forma afectiva, por los cumpleaños, las fiestas religiosas de nuestros pueblos, etc.

También está las propagandas para nuestras actividades, las llamadas a asambleas y reuniones, los avisos de noticias no muy buenas, las solicitudes de ayudas para enfermos y muchas cosas más que necesitamos. Así convertimos nuestro programa en útil para el pueblo.

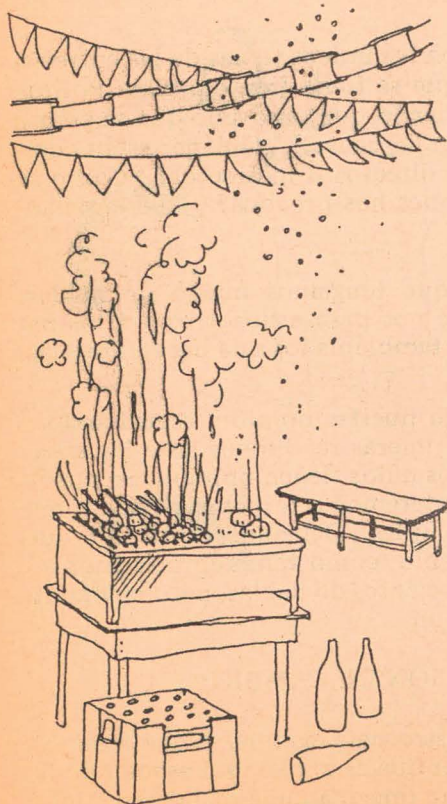
Pero todas ellas deben ser cortas, decir los nombres de quienes hablan, a quién se dirigen, aunque es bueno que ellos mismos lo hagan. Es importante que sean dichas con emoción, con formas originales de llamar la atención, para que sean escuchadas.

#### h. La Entrevista como PEDIDO:

También, las mujeres pueden hacer pedidos por la radio: Al gobierno, al municipio, a las otras mujeres de su organización, a las personas de su pueblo, a otras organizaciones, a las empresas, etc. Muchas denuncias pueden tomar también la forma de pedido dramático, y pueden tener mucha efectividad para que la gente se solidarice con el que sufre, entonces ayudará y comprenderá. Fomenta la vida. También logra que las otras clases sociales nos respeten y no abusen tanto de nosotras.

Como en otras entrevistas, hay que pensar en hacerlas cortas, claras y emotivas, utilizando la forma de sentir y comunicar del pueblo.

Pero hay pedidos que pueden ser humillantes, cuando se pide como esclavo, cuando se ruega un favor como regalo. No podemos permitir que el pueblo se rebaje en la radio. Nos van a despreciar más, nos van a tratar como infelices. Entonces hay que tener cuidado y aprovechar para hablar con el entrevistado sobre su valor y su capacidad, antes de la entrevista, o hacerle escuchar lo que dijo haciéndole pensar, entonces le podemos ofrecer que lo diga de nuevo, sin humillarse, porque somos pobres y honrados, la vida nos ha dado experiencia y fuerza.





NOTA: Con estas formas de entrevistar, nos damos muchas ideas de cómo hacerlas y combinarlas, no siendo tan duras, más bien animando a las entrevistadas a que hablen, cuenten, sientan y piensen como personas dignas, como miembros del pueblo y de sus organizaciones. No se trata entonces de clasificar cada entrevista que hagamos, sino de ser creativas y flexibles al ir aprendiendo a hacerlas, cuando motivamos a las mujeres a participar.

2.4. *¿Cuál es el papel del que entrevista?*

En primer lugar, hacer que el entrevistado hable. No acaparar el micro, dejar que ellos sí lo hagan. El oyente popular, la mujer de nuestros barrios y organizaciones son más importantes que los comunicadores o promotores de la comunicación popular. Nos debemos a ellas.

Debemos hacer preguntas motivadoras. Lograr que se expresen con seguridad, sin miedo, con toda su capacidad expresiva. Tenemos que dar seguridad y confianza al que habla. Es bueno buscar la ocasión más adecuada para hacer la entrevista, o cuando haya tranquilidad y un clima adecuado.

Es importante que las mujeres se acostumbren al micro, que venzan ese temor natural, puede ser útil una prueba, y si sale bien ponerla de a verdad. Estimular es positivo.

Hay que pensar en lo que nuestro público quiere saber, y hacer preguntas que respondan a sus inquietudes. Es como si nosotras representáramos a las oyentes.

Hay que cuidar que las respuestas sean concretas y entendibles, podemos entonces repreguntar para aclarar dudas posibles. Y sobre todo que el oyente quede informado, con datos suficientes para poder definir su opinión.

Por supuesto que tendremos que ser amables, el pueblo es nuestro amigo, aunque a veces hay malas intenciones y actitudes que hay que saber descubrirlas, con respeto y para no caer en ellas. A veces hay que ser peleador, depende de a quién se entrevista. Por ejemplo si es alguien que desprecia a las mujeres del pueblo y las insulta, debemos dialogar con más fuerza, defendiendo a nuestro pueblo con ingenio, haciéndolo caer, con evidencia.

2.5. *¿A quién quiere escuchar la oyente y qué quiere saber?*

Quiere saber muchas cosas y escuchar a muchas personas, especialmente todos aquellos que afectan su vida de todos los días.

Por ejemplo quiere saber de los precios de los alimentos y escuchar a los vendedores, a las autoridades municipales y del gobierno, a las madres compradoras, como ellas. Quiere entender lo que pasa y quién tiene la culpa.



Les gusta escuchar los testimonios de los problemas que viven otras mujeres, así se pueden tratar sus mismos problemas, identificándose con lo que escuchan.

Pero, también las historias de las mujeres que sobresalen le sirven de ejemplo, las cosas buenas que han hecho, los problemas que tuvieron que afrontar, cómo hicieron. También quieren escuchar a los políticos de su preferencia y a los que critican, para conocerlos mejor, porque no hay otra manera de hacerlo. Ellos están lejos del pueblo. Les gustaría preguntarles muchas cosas. A través de nuestras preguntas se podría satisfacer esa necesidad.

Por supuesto que los artistas populares están en su interés. La pastorita, el Ronco, Tulio Loza y otros más... según gustos y afectividades. Saber de ellos, de cómo lograron ser lo que son y qué problemas tienen, qué dificultades y errores cometen. No basta con aplaudirlos, hay que conocerlos, estar más cerca y de repente no admirarlos tanto, los ídolos pueden ser de barro y se desmoronan.

## 2.6. *¿Cómo hacer para que una entrevista salga bien?*

A parte de todo lo dicho hay que tener en cuenta lo siguiente:

- Que se escuche bien, sin ruidos, clarito. Pueden decirnos cosas lindas y profundas, pero si no se entienden no sirven. Hay que probar antes la grabadora y oír cómo sale.
- La que entrevista no debe titubear, debe estar segura, para que se escuche bien y para comunicar seguridad al entrevistado.
- El entrevistado tiene que estar cerca del micro, más que el que hace la entrevista. Pero hay que probar para que la voz del que participa se oiga mejor.
- Debe haber cierta tranquilidad, poca bulla, sin muchos testigos que pongan nerviosos a los que hablan.
- No podemos ser ametralladoras de preguntas, hay que ir con calma, escuchando bien para poder preguntar de nuevo, sin repetir lo que ya se contó. Lo más importante es que ellas cuenten sus experiencias vividas.
- La entrevista no puede ser tan formal, sino más bien amable y cercana, hasta afectuosa. Nunca hay que hacer un interrogatorio que comunica miedo. Debemos dejar que hablen con vitalidad y confianza.
- Hay que presentarse, ambas, la que pregunta y el que cuenta, además de contar brevemente dónde están y quiénes son.
- Tenemos que indicar a nuestros entrevistados, con cuánto tiempo cuentan para que ellos mismos se midan. Pero a veces como la emoción hace hablar y no podemos cortar, les hacemos escuchar lo que hemos grabado, para que ellos mismos nos digan qué de sus palabras podemos contar.



### 3. LA NOTICIA POPULAR

#### 3.1. *¿Qué es una noticia?*

Simplemente todo lo que nos pasa, a nosotras, en nuestro país, en el mundo. Es decir, qué es importante de ser conocido por nuestros oyentes. Lo que pasó hace tiempo ya no es noticia, a no ser que sus efectos duren todavía. Se trata de lo que pasa hoy en esta semana, y casi siempre son hechos. Las opiniones son otra cosa. Aunque a veces hay opiniones que producen hechos y se hacen noticia.

Las noticias no deben tratar sólo hechos notorios y extraordinarios, sino también lo que hacemos y avanzamos, los errores que cometemos, en la casa, en el barrio, en las organizaciones. Todos debemos enterarnos cómo vamos caminando, cómo es nuestra vida cotidiana.

#### 3.2. *¿De quiénes son las noticias que vamos a tratar?, ¿Quiénes son los protagonistas que vamos a preferir?*

Pues de la comunidad, de nuestros asentamientos, de las organizaciones, porque tenemos que apoyarlos. Allí están los comedores, los comités del vaso de leche, los clubs de madres, los de salud, los sindicatos de mujeres. Se trata de pasar sus noticias, de sus avances y sus problemas. de las cosas que hacen. Noticias que deben ser de dirigentes y de bases, como también de niñas, jóvenes y adultas.

Todas sus actividades merecen ser noticias radiales. Por ejemplo las deportivas, las sociales, las culturales, las económicas, todo aquello que forma parte de su vida.

También están los mercados populares, las organizaciones vecinales, las religiosas, los clubs juveniles, los provincianos y regionales.

Los municipios, el gobierno, las empresas nacionales e internacionales deben ser conocidas por todos, siempre y cuando valga la pena, para que el pueblo se entere y eduque.

Pero no todo en la vida es organización. También están las cosas que le pasan a las mujeres como personas, en la casa, en la vida afectiva y sexual, como madre, etc. Esto vale para jóvenes, hijas, niñas, madres, ancianas. Hay muchas noticias que dar de ellas y para ellas.



3.3. *¿Sobre qué temas deben tratar las noticias?*

Sobre la labor y las actividades de las mujeres, informando por qué lo hacen, con qué fines, destacando la importancia que ellas tienen en esas actividades, con respecto a las necesidades de sus hijos y la comunidad.

También hay que dar noticias que sean propagandas para sus actividades. Así las ayudamos.

Sobre actividades educativas, charlas, cursos, talleres. etc.

También para las denuncias, sobre las que ya hablamos, pero que pueden presentarse también bajo la forma de noticias. Como por ejemplo, maltrato de padres, problemas de desorganización, abusos, delincuencia, etc.

Las historias, los testimonios que no se pueden grabar directamente, también pueden convertirse en noticias útiles, dichas de formas corta, pero relacionadas con lo que está pasando en la actualidad y deben informarse. Los mensajes, ayudas o pedidos pueden ser incluidos aquí también.

Hay noticias de utilidad concreta. Por ejemplo, recetas, consejos de salud ante una epidemia, o una enfermedad común de la estación.

Hemos discutido sobre los chismes y no nos hemos puesto de acuerdo. Unas dicen que son formas populares de transmitir noticias. Otras dicen que no, que más bien las deforman. Pensamos, sin embargo, que todo depende de qué trata, si hace bien o no y cómo se dice.

3.4. *¿Qué hay que decir cuando se redacta o se lee una noticia?*

Para decir la noticia completa, informando bien de lo que pasó a nuestras oyentes, hay que responder a las siguientes preguntas, para que al hacerlo digamos noticias bien dichas:

¿QUE? O sea cuál es el hecho

¿QUIEN? Es decir quiénes participaron allí

¿CUANDO? Dar los datos del día y la hora

¿DONDE? El o los sitios donde se realizó.

¿COMO? Cuáles fueron los detalles más importantes del hecho.

¿POR QUE? Es decir cuáles son las causas conocidas. Si no se saben, se indica.

¿PARA QUE? O sea sus consecuencias, qué puede suceder por ello y con qué finalidad se hizo.



### 3.5. *¿Cómo se dice una noticia?*

Cada noticia se dice de manera distinta, según el tema y el sentimiento que provoca. No debe ser como en la televisión que las locutoras dicen una noticia triste y sonrían.

Hay que comprometer la atención del oyente, para que tome en cuenta lo que pasó, decirlo a su manera y con interés. Por eso no se debe leer con frialdad, mejor es decirlo con naturalidad, provocando interés, llamando a reflexionar y opinar, tomando una posición. Porque no podemos ser neutras, porque estamos con nuestro pueblo.

Mucha seriedad y formalidad provocan distancias y lejanía, hay que decir la noticia con énfasis y compromiso. Es decir hay que vivir lo que se informa, estar nosotros dentro de la noticia, buscando una relación cercana y directa con el oyente. Debemos decirlo de tal manera que se note que estamos con las mujeres del pueblo, que nuestro compromiso es con ellas y con los oprimidos y los que sufren. Tenemos que conseguir así que nuestros oyentes se sientan también comprometidos con lo que les contamos, con los que hacen su denuncia por intermedio de nosotras.

Cuando se trata de actividades que propagandizar hay que hacerlo con ánimo y alegría, la noticia no debe ser leída. Es importante comenzar invitando, pero también terminando para que quede claro dónde y cómo es. Pero tampoco debemos decir todo igual, hay que resaltar lo más importante, quién, para qué, especialmente el lugar, la fecha y la hora.

Cada noticia debe decirse de manera diferente. La actividad es siempre más alegre y debe provocar entusiasmo. La denuncia en cambio tratará de comunicar dolor e indignación, pero también debe inducir a la reflexión y a la acción. Hay que detallar bien lo que sucedió.

En general todas las noticias, hasta las más festivas deben tener una intención educativa, dar elementos al oyente para que piense sobre sí mismo y sus organizaciones, para que forme sus opiniones con base y fundamento. Pero eso sí, siempre recurriendo a nuestras formas de hablar y de sentir, y con claridad y seguridad.

### 3.6. *¿Cómo son las noticias en la radio y la TV?*

Las dicen sin decisión, con poco énfasis. Muchas veces notamos que la noticia en realidad es una denuncia, pero lo dicen con tanta frialdad que termina siendo sólo una información. Hay como un miedo de entrar a fondo. Se dice por decir, no hay compromiso.

Lo leen automáticamente, no toman posición, igual les da una noticia del pueblo que otra de las clases altas, algunos hasta desprecian cuando nosotras estamos allí, y peor aún si somos mujeres del pueblo.

Hay gente que comercia con la denuncia y cobra cuando necesitas hablar por la radio, y nos utilizan para hacer ver que son democráticos, no porque de verdad les interese, así les estamos permitiendo que hagan su propia propaganda.



Hay programas donde sí se denuncia, pero indirectamente, porque las personas a las que se entrevista lo hacen. Se han dado casos en que la gente denuncia, pero el locutor enfría y cambia lo que uno quiere decir, lo disminuye o lo tergiversa.

### 3.7. ¿Cómo deben ser las denuncias de "NUESTRA VIDA"?

En la televisión es más difícil denunciar que en la radio. Pero hay canales que son mejores que otros, por lo menos nos dan bola en las movilizaciones, en los problemas. Entonces lo que se ve, habla mejor de lo que los locutores dicen.

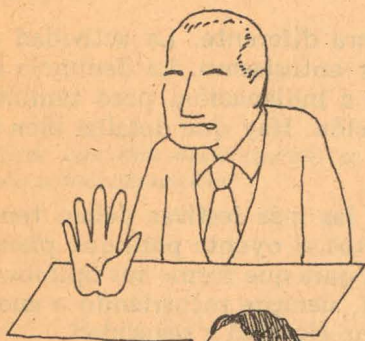
En primer lugar, tenemos que decir que no somos imparciales, somos del pueblo y el programa está ya bien comprometido con él, amarrado como se dice. Estamos con los más débiles, con los que sufren y luchan, con la gente humilde.

Entonces tenemos que reunir y verificar pruebas. Si decimos cosas falsas, después ya no nos van a creer y además podemos ocasionar problemas por gusto, de repente hasta podemos perjudicar al pueblo. No falta quién nos pueda hacer un juicio y nos ganen. El compromiso tiene que ir de la mano con la seriedad y la verdad. Por eso son importantes los datos concretos, que expliquen bien lo que pasó, utilizaremos para ello las preguntas anteriores, pero tenemos que ir más allá, para estar seguros. Los testigos son siempre buenos informantes, además de los que están metidos en el problema. Y tenemos también que pedir documentos, cartas, oficios, etc. para estar seguros y apoyar al pueblo con eficiencia.

Muchas veces es necesario proteger al denunciante, porque podemos perjudicarlo. A veces es bueno ocultar su nombre. Otras veces al contrario, es bueno decirlo para fundamentar mejor. En todo caso, pensamos que una denuncia dicha por los propios afectados es mejor, nosotros podemos apoyar. La relación que establecemos con los denunciantes es lo más importante, de allí, de esa conversación y comprensión debe surgir lo que hay que hacer.

Las denuncias son muy útiles porque estamos en un país, donde hay mucha injusticia y violencia. Y el pueblo no tiene cómo protestar. Así los demás, muchos otros, y hasta el gobierno se enterarán. Ayuda a que se tome conciencia y se valore la unidad, la solidaridad y la organización. Tanto rencor, tanta cólera que se tiene dentro, tiene que salir públicamente.

Se dicen con un cierto orden, sin quitarle fuerza y emotividad. Primero hay que provocar interés en la primera frase, darle énfasis y picardía. Luego habría que contar todo lo que sucedió, como ya hemos aprendido, y al final tenemos que dar una opinión, y si viene a cuenta hasta se pueden dar consejos, pero no recetas, porque es la propia gente la que debe buscar sus alternativas o salidas. En todo caso esta última parte debe ser la más corta, invitando a pensar, dando ánimo para seguir adelante.





3.8. *¿Cómo debemos decir las denuncias, nosotras, las promotoras que hacemos de corresponsales?*

Las noticias, las dicen, las locutoras, pero también nosotros cuando hacemos nuestro trabajo de corresponsales de nuestros pueblos y distritos. Esto vale para las denuncias dichas como noticias.

Además de todo lo dicho, debemos recordar que porque tenemos poco tiempo no debemos correr, ni hablar como un telegrama, rápido y que no se entienda. Si bien debe ser corto, para que las otras compañeras tengan tiempo de decir sus noticias, tenemos que saber qué vamos a decir cada día y ordenar nuestras noticias, dándole la importancia debida a las denuncias.

Las oyentes deben sentir que son sus noticias, que las corresponsales se deben al pueblo, que estamos con ellas.

Debemos tratar con tino los casos personales, ponernos en el lugar del oyente y del denunciante y decidir qué y cómo decirlo. Y cuando hablamos, pensar que estamos haciéndolo directamente a las oyentes, tomar en cuenta su corazón y su mente.

Es importante ir consiguiendo poco a poco más seguridad. Si comunicamos miedo y duda, las denuncias perderán fuerza y los oyentes no nos tomarán en cuenta.

Aunque las corresponsales tenemos derecho a tener una opción política determinada, el programa es de las oyentes, nosotros no debemos parcializarnos, sino escuchar. En la radio nos debemos a ellas y a sus organizaciones, a sus avances y cambios.

Podemos intercambiar noticias y denuncias con las otras corresponsales y combinar nuestras palabras. Tenemos que ser creativas y siempre estar inventando nuevas formas atractivas y populares de llamar la atención y hacer pensar y sentir.

Cada noticia debe ser dicha de manera distinta, según el tema y la forma tratada. Pero también debemos transmitir la forma cómo nos la contaron los propios protagonistas y la importancia que ellos le dan. Muchas noticias pueden ser complementadas con entrevistas, mejor dichos hasta pueden ser ellos mismos quienes digan la noticia.

Estas noticias debemos recogerlas con amplitud hasta de los pueblos más alejados y de las organizaciones más pequeñas y desconocidas. Nuestro papel debe ser democratizador. No bastan las noticias de las organizaciones y pueblos más importantes, con quienes tenemos relación, sino que debemos buscar y buscar todas las semillas de participación y lucha cotidiana de nuestro pueblo, de las colectividades y de las personas.





#### 4. EL SOCIODRAMA EN LA RADIO

##### 4.1. *¿Por qué usar el Sociodrama en la radio?*

Participar en la radio no es fácil, más aún para las mujeres, no sólo porque estamos acostumbradas, sino porque nos han hecho creer que nuestra palabra no vale, que sólo pueden hablar los cultos, los instruidos y los hombres. Por eso, que muchas veces no queremos ser dirigentes, porque no sabemos hablar, ni usar palabras difíciles que impresionen. Y siempre tenemos miedo y preferimos que otros hablen por nosotras. Por esa actitud pasiva, alguna gente se aprovecha y sin consultarnos habla por nosotros. Es como si les entregáramos nuestra palabra, entonces ellos hablan bonito, pero también nos pueden engañar, sin que nos demos cuenta y como ya no les importamos siguen hablando en nombre nuestro. Eso no está bien. Hay muchos políticos y dirigentes, como también los gobiernos y las autoridades, que se aprovechan y dicen que hablan en nombre del pueblo, porque, votamos por ellos o les dimos nuestra confianza, alguna vez, y nosotros estamos mudos y en silencio. Eso no puede seguir así. Las mujeres nos estamos organizando, estamos comprendiendo la importancia social que tenemos en los barrios y en la política, hasta se pelean por nosotras, para darnos tal o cual favor. Pero nosotras tenemos que saber qué queremos, qué buscamos y hablar, porque así podemos estar seguras que no nos utilicen, y controlar bien lo que estamos diciendo y cuándo nos conviene callar. Es decir, ser dueños de nuestra palabra. Para ello tenemos que hablar como somos, sencillamente, la sabiduría no se dice con palabras difíciles, ni imitando a los de otras clases, porque así se nos ve ridículas y nos distanciamos de nuestro pueblo.

Entonces, tenemos que partir de lo que sabemos hacer. Y somos muy buenas dramatizando, contando nuestros problemas con sociodramas, lo hacemos con tanta emoción que convencemos. Poco a poco, a partir de esos sociodramas que los pueden escuchar muchas personas, podemos empezar a valorar nuestra palabra, a perder el miedo y comunicar nuestra vida. Aunque también tenemos que hablar en asambleas, hacer noticias, denuncias, etc. Pero siempre relatando, porque sabemos hacernos escuchar así. Nuestros hijos son testigos de que sabemos relatar y dramatizar.



#### 4.2. ¿Qué es un SOCIODRAMA?

Son relatos de la vida real, actuados como si lo estuviéramos viviendo de nuevo. En los sociodramas se parten de problemas vividos, donde hay personajes y cosas que pasan. En este caso, como son grabados y se pasan por radio, tienen que ser muy claros y emotivos, porque los que nos escuchan no nos ven, como sí sucede en el teatro o la televisión.

Cualquier hecho o aspecto de nuestra vida puede contarse bajo la forma de sociodrama. Cuando más real será mejor. Es como una fotografía de nosotras mismas en la vida concreta, tenemos que actuar así, como lo hacemos todos los días. Así cuando nos escuchamos y nos escuchan se puede examinar y reflexionar sobre nuestros problemas, para solucionarlos.

#### 4.3. ¿Para qué sirven los SOCIODRAMAS en la radio?

Si los Sociodramas son una manera de contar, evidentemente sirven para informar, por ejemplo de actividades a las que muchas no pudieron asistir.

También sirven para motivar a la participación. Si se escuchan sociodramas, otras vecinas pueden animarse a hacerlo. De esa manera pueden animarse a comunicarse con otros, y fomentar la comunicación entre el pueblo.

Además los gobiernos y las organizaciones e instituciones pueden enterarse de nuestros problemas de una manera viva, dándose cuenta cómo los vivimos y la necesidad que tenemos de encontrar soluciones. Es una forma de protestar muy motivadora.

Pero los sociodramas, sirven fundamentalmente para que nosotras nos demos cuenta de lo que vivimos, para que tomemos conciencia de lo que es posible cambiar, de los errores que cometemos, de las injusticias a que estamos sometidas, de todo lo que tenemos que superar con nuestro esfuerzo. Nos contamos así lo que vivimos y nos unimos más. Es decir que sirven para comunicarnos entre las mujeres y ayudarnos.

Es también un método de aprender a hablar, porque de a pocos vamos perdiendo el miedo. Nos enseña también a escucharnos y a entender la solidaridad como algo fundamental, de cómo tenemos que participar en el barrio. Porque si podemos hablar y comunicarnos, también podemos ser dirigentes del pueblo y no sólo ser miembros de nuestras organizaciones.

Puede servir para hacer conocer nuestras funciones, lo que debemos hacer en nuestros cargos y responsabilidades, así simulando cómo sería en la realidad, a través de la actuación.

Las propagandas con sociodramas también dan buenos resultados. Animan y sitúan, ayudan a imaginar cómo va a ser una actividad. También valen para invitar a asambleas, criticando a las personas pasivas, a las que no se quieren comprometer. Podemos utilizar personajes adecuados a ello.





Estos sociodramas también son muy buenos para practicarlos fuera de la radio, en nuestras reuniones, para motivar y hacer pensar, para fomentar la comunicación, para evaluar las actividades realizadas.

Sirve también para alegrarnos cuando los hacemos, así nos divertimos juntas, sanamente, porque nos gusta hacerlo y es muy bonita actividad. Salen muchas ideas y sugerencias, sin mucho esfuerzo, sin tener que ponernos serias, duras y formales.

#### 4.4. *¿Cómo se hace un Sociodrama?*

Se escoge primero el problema que nos está afectando y que necesita soluciones. No es bueno escoger muchos problemas, puede confundir. Entonces hay que decidir una situación o una acción que siempre pasa cuando ese problema se presenta, precisando dónde ocurre. Puede ocurrir la acción en un sólo sitio y en un mismo momento. O puede ser en varios sitios. O mezclando. Por ejemplo, dos momentos del problema en el mismo sitio, o puede ocurrir en varios sitios, pero en el mismo momento. Hay muchas posibilidades. En todo caso tienen que ser pocas situaciones o escenas, para hacerlo rápido y que se note qué es lo que el grupo ha considerado importante cuando ha hecho su sociodrama.

Estas decisiones son grupales, no puede haber una o uno que lo decide todo. Cada una tiene algo que aportar. Eso es democracia.

Entonces se decide qué va a ocurrir en cada situación o acción y quiénes van a ser los personajes; tienen que ser reales y hablar como sucede en la realidad. Hay que tratar que todas intervengamos.

Luego hay que actuar, de corrido, tratando de no parar la grabación, para que salga espontáneo. NO SE ENSAYA. En el momento que se actúa se va improvisando lo que hay que decir y cada personaje tiene que tomar en cuenta lo que el otro hizo y dijo. De esa manera se asegura que todas, al improvisar, ponen de su experiencia. Cuando se ensaya, pueden decir cosas falsas y memorizadas. Porque en la vida real no se ensaya, uno reacciona nomás y eso es lo que vale para transmitir, es decir la pura realidad.

Es más interesante cuando se hacen participar a muchos miembros de la comunidad, niños, viejos, hombres, pero tratando de que ellos no nos conduzcan, porque es nuestro sociodrama y sólo nuestro, mientras lo hacemos; después se puede compartir con los demás. Preferible es que lo hagamos solas si otros nos quieren manipular. Podemos hacer papeles de niños y hombres sin mucho esfuerzo.

Estos sociodramas deben ser precisos. En la radio se pueden pasar uno o dos del mismo problema, así podemos ver formas diferentes de vivir y afrontar un problema parecido.



En todo caso hay que tener en cuenta su función educativa y a quién se dirige. Al principio sólo se piensa en hablar lo que vivimos; cuando se adquiere experiencia ya se va considerando al oyente, al destinatario y su necesidad educativa. Pero recordemos que estos sociodramas pueden ser luego comentados por las locutoras, por las corresponsales y otros miembros de la comunidad, hasta por profesionales, cuando se necesite. Hasta pueden surgir consejos. No hay entonces que preocuparse porque todo salga bien. Si motiva y da elementos de juicio, es ya suficiente y valen mucho para quien escucha.





## 5 LA RADIONOVELA

### 5.1. *¿Por qué la tomamos en cuenta para la Comunicación Popular?*

Las novelas nos gustan mucho, tienen buena aceptación en nuestras oyentes. Por eso será que pasan tantas telenovelas, porque se dan cuenta que así nos capturan y corremos a la hora de la novela preferida. También hay gente que lee novelitas, con fotos o con puras letras. La gente las entiende y nos hacen vivir con emoción, cada capítulo. En la radio también, aunque ahora pasan menos que antes y las extrañamos, cuando estamos trabajando especialmente. Nos identificamos con personajes, problemas y formas de hablar y comunicarnos.

Indudablemente es una forma de comunicación muy importante. Son historias contadas, pero como si estuvieran sucediendo de verdad, porque actúan personajes, suceden cosas, se complican las vidas. Se parece mucho a como vivimos nuestra vida diaria. Entonces en las radionovelas se pueden pasar las vidas nuestras y de nuestros pueblos y organizaciones. En las telenovelas estamos de pasada y con el punto de vista y la interpretación de quienes las hacen, que no son del pueblo.

La radionovela entonces permite no sólo que aparezcan nuestras vidas, sino que nosotras seamos las protagonistas, por eso las hacemos a nuestra manera.

Entonces las radionovelas ayudan a valorar la vida y la experiencia de la gente del pueblo. Ayudan también a pensar, a que formemos nuestra opinión sobre lo que nos pasa y nos sucede; ayudan a formar opiniones y permiten hacer el esfuerzo para tener una propuesta de cambio.

De esa manera, muchos personajes desconocidos pueden empezar a vivir en la radio. Y también darnos oportunidades para que aparezcan nuevas artistas populares que hay que animar. Porque nosotros también podemos hacer cultura, con nuestras vidas. Es difícil que hagamos libros, porque no manejamos bien la escritura, pero sí podemos hacer una literatura hablada, porque sí sabemos contar y hablar, uniendo el pensamiento con la emoción. Es nuestra oportunidad. Lo bueno es que sirve de mucho para educarnos y avanzar.



### 5.2 ¿Qué es entonces una Radionovela?

Es una historia de vida actuada. A diferencia del sociodrama, ésta es más completa, más larga y puede tener varios capítulos. No trata un sólo problema, sino muchos, de esos que ocurren en las vidas, unos al lado de otros. Es también una historia grabada, para ser escuchada. Y debe tener ruidos y música para que se parezca a la realidad y provoque escucharla.

Tratan de la vida de nuestros pueblos, de mujeres populares, y son hechas por nosotras mismas, haciéndolas despacio y con calma, para que salgan bien. Somos autoras y actrices y lo sabemos hacer.

### 5.3. ¿Cómo se hace una Radionovela?

Con paciencia y emoción. No es cualquier cosa, es nuestra historia, hay mucho vivido y tiene que salir bien. Hay muchas formas de hacerlo, sugerimos una de ellas:

1. En primer lugar hay que escoger al protagonista principal. Y luego los otros. No pueden ser muchos porque el oyente puede confundirse. Es bueno que las historias escojan a las mujeres como personajes centrales, porque estamos tratando de promover la participación de la mujer, que es tan importante en el pueblo, la familia y la sociedad. Puede ser la historia de una persona concreta conocida, o puede ser una inventada, pero ésta tiene que ser real y recoger las experiencias vividas de muchas mujeres, de muchos pueblos, especialmente de las personas del grupo que hacen la radionovela.

Entonces hay que saber quién es ella, cuál fue su pasado, de dónde vino, para qué, cómo es su carácter, cómo es su familia, qué conflictos ha vivido, cuál fue el más difícil.

Pero como no podemos tratar toda la vida, podemos elegir sólo una parte, donde aparezca un conflicto fundamental, el que pueda enseñar a nuestras oyentes, para pensar y orientar su vida. Así queda listo lo que llamamos "el esqueleto del argumento".

2. Pasamos luego a decidir cuántos capítulos va a tener, uno, dos, o más. No puede ser tan larga que nos cansemos de hacerla y quede sin terminar. Entonces decidimos qué va a suceder en cada capítulo, dónde se va a desarrollar y quiénes intervienen. Eso es suficiente.
3. Es bueno que en cada reunión se haga un capítulo, o dos. Hay que medir el tiempo, según el horario que el programa radial le da a la radionovela.

En cada sesión se ve de qué va a tratar, en cuántos lugares y momentos va a ocurrir ese capítulo, es decir cuántas "escenas" y qué va a suceder en cada una, qué personajes van a hablar. Lo que cada uno va a decir se improvisa, pero antes hay que ver entre todas de qué va a tratar, lo que se dice y ocurre.



Hay que incluir ruidos para dar más realismo, pero estos no deben apagar la voz, que es lo más importante. Algunos ruidos se pueden incluir después. También se puede poner música, en los momentos más dramáticos, o para separar una parte de otra. Hay que escoger qué música, la nuestra indudablemente, si estamos haciendo historias populares, a no ser que sea necesario por el lugar donde se desarrolla la escena.

La música sirve para darle sentimiento, para saber de dónde son los personajes, en qué lugar pasan las cosas, para dar un ambiente de alegría, tristeza, euforia, ira, dolor, et c.

4. Cada capítulo va mejorando la historia, hasta puede cambiarla. Porque el esqueleto es una ayuda orientadora, pero lo podemos cambiar en el camino. Y así llegamos a una parte importante. EL FINAL. Debemos discutir bien sobre él. No tiene por que ser igual a la realidad. Depende de qué queremos comunicar a nuestras oyentes. Además lo que ocurre en la vida real puede ser cambiado por acción de los mismos personajes, de nuestras organizaciones. Al hacer la historia podemos ver los errores cometidos, en la realidad, lo que no se hizo, entonces se puede introducir cambios al final. Eso ayuda a nuestras vecinas. Un final triste puede hacer pensar. Un buen final puede dar esperanzas. Un final que quede indeciso puede promover discusión. Lo cierto es que con el final damos una propuesta, orientamos soluciones, entonces no tenemos que desaprovechar esta parte y pensarlo bien.

NOTA.- Al final de cada capítulo, o en la siguiente sesión se puede escuchar lo grabado y corregirlo si fuese necesario. Hay que tratar que las actuaciones sean sentidas y naturales, que comuniquen interés, que se cambien de tonos de voz, según la circunstancia, etc. Pero hay que tener paciencia porque poco a poco se va aprendiendo y al principio no siempre sale bien.

#### 5.4. ¿Para qué sirve una Radionovela?

De esta manera damos a conocer la historia de nuestro pueblo, con toda su riqueza. Así nuestras mismas experiencias son útiles para nuestra educación, para corregir los errores cometidos, sabiendo dónde estuvieron. El pasado se recupera, no hemos vivido por gusto. Y podemos hacer historias que sirvan de ejemplo y de consejo a otras.

Mejora la comunicación, la pone al servicio del cambio.

Damos a conocer nuestras costumbres, nuestras formas de hablar y comunicar, nuestros sentimientos, ideas y problemas. Así podemos tomar conciencia de lo que cuestan las cosas. Que para sacar adelante una organización se tiene que poner mucho esfuerzo, que la unidad cuesta, pero se consigue con paciencia y con trabajo.

Creamos un espíritu de grupo muy bueno. Hablamos de cosas nuestras, como nunca lo habíamos hecho, compartimos la vida, como se dice privada y así nos entendemos mejor y somos más unidos.



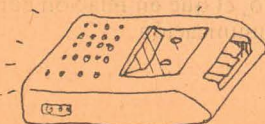
Sirve también para valorar la vida de las mujeres del pueblo, dando a conocer su importancia.

Nos hace perder el miedo a hablar, nos quita la timidez, adquirimos más seguridad en nosotras mismas y en lo que vamos a decir. La confianza es muy importante para la organización popular.

Es bueno también para animar a la gente a participar en acciones de comunicación, que sirven al pueblo.

Podemos comentar luego las historias e invitar a otras vecinas para que ellas también lo hagan.

Y muchas cosas más.





## 6. COMENTARIO

Pudimos avanzar más y abordar otras temáticas relacionadas con el quehacer radial popular en una línea de cambio. Pero este segundo gran capítulo se hacía largo con respecto al anterior. Y la densidad de temas dispersa el aprendizaje. Además cuidando que la autocapacitación abordara las preocupaciones surgidas de su compromiso con el programa y en las cuales ellas tuvieran ya cierto ejercicio.

Por lo tanto, las demandas educativas para mejorar su compromiso con el programa radial eran sentidas como tales por ellas mismas. Un taller posterior tocaría temas de producción, guión, estructura, locución, música, géneros y formatos radiofónicos, en la medida que su proceso de incorporación a "NUESTRA VIDA", lo exigiera.

Quisiéramos destacar la fluidez con que fue asumida cada parte, en medio de cierto goce por el ejercicio concreto y la reflexión que surgía de cada evaluación. Reclamaron sin embargo más tiempo para ese tipo de práctica menuda, que asociaba el adiestramiento con la apropiación de la palabra y con la seguridad personal y cultural. Pero a su vez, ellas mismas se sentían tensionadas por el tiempo. Porque dos sesiones semanales, más sus tareas en el pueblo y el distrito, significaban un verdadero conflicto con sus familias y con ellas mismas. Pensando juntas que la propia práctica cotidiana con las mujeres de sus organizaciones, al hacer entrevistas, confeccionar noticias, promover y ejecutar sociodramas y radionovelas, iba a posibilitar esa meta educativa.

El entretenimiento y la espontaneidad del consumo radial, los hábitos adquiridos allí, los modos de gozar y escuchar radio, dieron paso al diseño de una nueva radio marcada por la UTILIDAD como sentido del quehacer comunicativo. Vivieron este sentimiento no como una contraposición, sino más bien como un giro de lo ya adquirido por el uso popular, pero esta vez, al servicio del pueblo y de sus organizaciones, en una perspectiva educativa. El diálogo conversacional permitía hilvanar las propuestas, planteando siempre casos posibles, surgidos desde su experiencia, solucionando cada problema, con una gran convicción de cambio y una enorme amplitud humana y respetuosa. La única contrariedad que a veces surgió se relacionaba con la dificultad de la escritura, ante la cual, las que tenían menos educación escolarizada, ofrecían más resistencia y la inseguridad volvía a aparecer perturbando las relaciones y el aprendizaje. Mientras que cuando todo se centraba en la comunicación oral la comodidad y la confianza estaban siempre presentes.

Los acontecimientos extraordinarios se unían en una misma preocupación con los cotidianos. Y los organizativos se vinculaban con los personales, como también los sociales con los políticos. Y las consideraciones acerca de las mujeres, desde una perspectiva colectiva, se confundían vitalmente con las propias. Es decir, toda esta parte permitió elaborar un discurso propio en el proceso de convertirse en protagonistas de la radio. Porque hacerla femenina y popular, como útil a la liberación de su pueblo, significaba que ellas mismas vivieran ese camino de transformación. Con ayuda nuestra, impregnadas de un espíritu democrático por aprender, unas de otras, y construir un conocimiento válido para ellas y muchas otras personas que se beneficiarían con sus avances y los del programa. Se apropiaron de la radio y de la técnica, y la humanizaron. Ya no eran sólo oyentes, sino formaban parte de un emisor distinto, el que en relación constante con su pueblo, posibilitaba la participación y la identificación, es decir que socializaron la comunicación.



## 4- LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN ¿QUÉ HACER?







## 1. PALABRAS INICIALES

La existencia de una comunicadora popular no se justifica sólo por su participación en la radio, si bien ella aparece como la que promueve la participación de las mujeres de sus pueblos, en el espacio público radial. Y eso es muy importante para la población y sin embargo resulta insuficiente.

A través de una emisora y un programa, o varios, muchas mujeres empiezan a participar. Emiten mensajes útiles para el mismo pueblo. Aprenden a valorar la palabra del pueblo, y de ellas como mujeres. Se vinculan entre organizaciones y personajes. La cultura del pueblo tiene así un lugar en la sociedad y es escuchada y consumida por muchos. Se recupera la experiencia popular y se difunde. Se extiende el conocimiento de los problemas del pueblo entre distintas poblaciones y con otros grupos sociales. Se presiona con la denuncia. Se ayuda a unir más al pueblo. Se motiva al cambio. Mejor dicho, el propio pueblo, en sus mujeres, se preparan a vivir democráticamente y conducen sus propios procesos de comunicación.

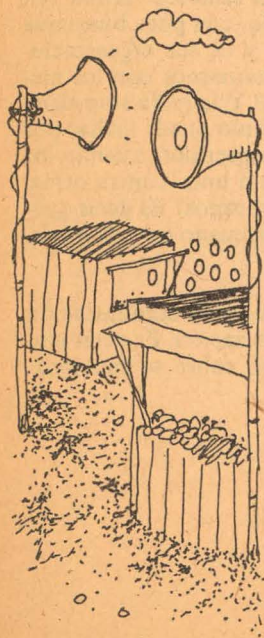
Sin embargo, los cambios que el pueblo debe afrontar se encuentran también en su propio terreno cotidiano y no sólo en la comunicación masiva. Más aún, una radio así, participativa y educativa nos puede dar la ilusión de un pueblo en avance. Y de repente se trata sólo de una parcialidad sublimada. Tendríamos entonces que preguntarnos qué sucede allí donde se gesta la democracia popular, en el barrio, en el centro de trabajo, en la organización, en sus relaciones con el municipio, el gobierno central, la empresa privada, las instituciones sociales de diversos tipos. Más aún, al ser la comunicación radial más motivadora que real, más educativa que social y política. ¿Cómo pueden ocurrir cambios "arriba" en los espacios grandes, si en la base se continúa con poca participación, con poca lucha, con desunión, con poca búsqueda de cambio. Si los problemas fundamentales de comunicación entre los diversos sectores del pueblo y de sus organizaciones, continúan sin solución, si entre dirigentes y dirigidos no hay relación. ¿Cómo podemos entusiasmarlos con los medios, si las personas y los sujetos están todavía enredados en problemas y se encuentran confundidos? Y la radio sólo tiene espacios de participación para algunos ¿qué sucede con los otros? la misma comunicadora popular cómo puede luchar por una comunicación liberadora en el campo de lo masivo, cuándo entre sus vecinas hay litigio e incompreensión, cuando los miembros de su organización no asisten a asambleas, cuando sus dirigentes manipulan y enfrentan a unos contra otros, cuando el político de las clases altas conduce y maneja a los oprimidos con la benevolencia de ellos mismos? Es decir ¿cómo predicar lo que no se practica? ¿cómo conquistar la importancia social en las ondas de la radio, cuando en el trato directo, en la vida cotidiana, en el proyecto social, ésta todavía no se consigue?

Preocupados por esta perspectiva cambiamos de escenario y abrimos la discusión sobre la comunicación popular, al interior de la propia vida popular concreta, de sus avances o retrocesos de unidad y organización. Es decir empezamos a trabajar el cómo se puede gestar una comunicación y qué diagnósticos podemos hacer, sobre su funcionamiento en el barrio y en las organizaciones, para entonces ver allí cuál es su papel a asumir.



## 2. ¿QUE ES COMUNICARSE?

*¿Qué es comunicarse?*



Para contestar esta pregunta, a veces tenemos tendencia a pensar en medios de comunicación, es decir parlantes, volantes, periódico mural, boletín, afiches periódico, radio y revistas, televisión, cine. Y allí nos quedamos. Las asambleas las dejamos aparte y más aún la comunicación que practicamos entre unos y otros, o la que dejamos de hacer.

Porque comunicarse es ante todo hablarle a alguien, o a varios, establecer relaciones entre unos y otros. Es escuchar al que nos habla, es recibir sus mensajes y sus afectos y sus inquietudes y esperanzas. Es escribir cartas o darle un dibujo a un hijo o a una madre. Es hablar y hacerle gestos a otros.

Pero no sólo es la relación entre dos, sino también entre varios, es decir entre grupos, generaciones, sexos, vecinos, parientes, compañeros de trabajo, paisanos, militantes políticos o simpatizantes. Es decir muchas formas o caminos de relación y comunicación. Así las relaciones se enriquecen cuando nos comunicamos o se problematizan cuando hay incomprensiones, malos entendidos o enfrentamientos. Y cuando estos problemas no se solucionan, tenemos dificultades para vivir y mejorar. En nuestras organizaciones hay también problemas de comunicación.

También hay comunicación cuando nos relacionamos con otras clases sociales. Cuando tenemos miedo y nos dejamos engañar hay problemas de comunicación. Al pensar que nuestra palabra no vale porque otros hablan bien y bonito, estamos también teniendo dificultades para dialogar y luchar con los poderosos, con los gobiernos y los patrones. Entonces nuestras organizaciones no avanzan y hay desunión. Por eso es tan importante la comunicación para nosotros. Tenemos mucho que trabajar.



### 3. LA COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES

#### 3.1. *¿Cómo se comunica nuestro pueblo al interior de sus organizaciones?*

Formalmente nos comunicamos mediante oficios, citaciones, memoriales, tarjetas, cartas de invitación, parlantes, boletines, reuniones. Usamos también pancartas, afiches, volantes, banderolas, pizarras, todo lo cual nos ayuda a comunicarnos; a veces usamos pitos para pasarnos la voz de algo, según haya convenido cada pueblo. Especialmente para llamar a asambleas.

Y qué decir de la comunicación cara a cara u oído al oído. Porque conversamos, y también chismeamos o como dicen algunos, coto-reamos. A veces nos ayuda, aunque a veces nos hacemos daño. Pero esa comunicación directa es muy importante, une a los vecinos y permite compartir dudas, ideas, intereses, sentimientos.

En algunas oportunidades lo hacemos con naturalidad, con cariño, o con cólera, decimos lo que pensamos y sentimos. Hacemos desorden, gritamos, peleamos, pero nos entendemos tarde o temprano. Pero en otras ocasiones somos formales, duros, ocultamos cosas. Y no está bien.



### 3.2. ¿Dónde nos comunicamos?

En muchos lugares. Porque en cada pueblo, en cada organización se practica la comunicación en varios sitios. Porque hay diversos tipos de locales.

Están los locales comunales, las casas de los dirigentes, hasta en la calle hacemos muchas asambleas. Cuando estas terminan nos vamos a casas de las vecinas a seguir conversando y comentando. Nos juntamos y hablamos en los comedores, en el sitio que toca repartir la leche. En las puertas de las casas también la seguimos, mientras estamos trabajandb. En las actividades económicas, en fiestas, festivales, bingos, parrilladas, polladas o en los mercados, estamos siempre viéndonos y hablándonos. Vernos es también comunicación, aunque sólo haya un saludo o una mirada, es como si comprobáramos que estamos juntos en el barrio con los mismos problemas y sus necesidades de solución, disponibles a una acción o una lucha cuando se presente la ocasión.

Muchos, especialmente los hombres, estrechan sus lazos de amistad y compañerismo en las cantinas, aunque también algunos se pelean y crean resentimientos. Van allí después de las asambleas y las actividades.

Las parroquias y las iglesias son también un lugar de encuentro y comunicación. Allí compartimos creencias y ceremonias. Aunque algunas veces los diferentes credos nos separan y nos enfrentan, pero eso no debe ser porque debemos respetarnos unos a otros. También hay comunidades cristianas que se reúnen en las casas porque no tienen local y la parroquia está lejos.

En los colegios, cuando hacemos faenas comunales de la asociación de padres de familia, en las actividades; cuando nos reunimos con profesores, allí vamos también creando lazos de comunicación, o simplemente cuando nos encontramos para dejar o recoger a nuestros hijos o para buscar sus libretas e informes.

En el municipio también compartimos propuestas o simplemente coordinamos y participamos de la vida municipal, aunque no somos muchos lo que hacemos esto. Casi siempre son algunos dirigentes. Hay gente que nunca va por allí. Y qué decir de las marchas, por el agua, la luz, la leche, etc., allí estamos también haciendo comunicación, aunque algunos o muchos somos pasivos y otros dirigen. Lo mismo sucede en las actividades de coordinación, o firma de convenios con otras instituciones del gobierno o particulares. Aunque estas últimas sólo incluyen a los dirigentes y muchas veces nosotros no sabemos qué ocurre y por qué se toma tal decisión. Las asambleas públicas o Cabildos Abiertos, son un lugar de encuentro de nuestras organizaciones, allí se discute, se coordina, se protesta, entre nosotros y con el municipio. También se alcanzan sugerencias y se vota.





### 3.3. ¿Hay problemas de comunicación en nuestras organizaciones?

Hay muchas dificultades, porque tenemos problemas de relación entre nosotros y también cuando nos comunicamos con otros, como organización del pueblo que somos. Por ejemplo, hay dificultades para ponerse de acuerdo en algo, la gente quiere prevalecer sus ideas. A veces la votación de la mayoría provoca resentimientos en la minoría perdedora y se arman líos. Es difícil aprender a ser democráticos, pero se puede, poco a poco.

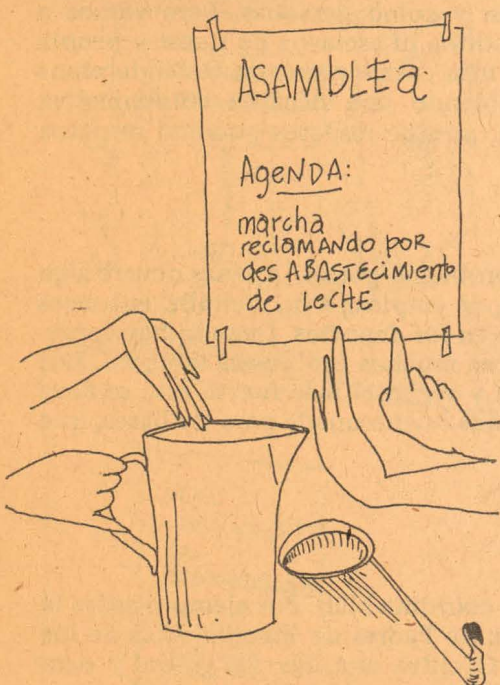
En las asambleas hay muchos problemas de comunicación. En primer lugar está el hecho que pocos asisten, porque tienen mucho que hacer, porque están cansados, porque dicen que las reuniones son muy largas y se da vueltas y vueltas sin llegar a nada, porque hay broncas y enfrentamientos, porque hay algunos que hablan y hablan y se lucen. Entonces no les provoca asistir, y tienen razón. Es decir que las asambleas son provocadores de la falta de participación y debería cambiarse esta manera de ser. Pero lo que también pasa es que muchos también han perdido la mística de la invasión y ya no sienten lo que es la solidaridad y la unión del pueblo. Sólo les preocupa su casa y su familia.

Cuando asistimos, también vemos muchos problemas. Unos son los que hablan, pero la mayoría no participa, está callada. Es decir que pareciera que sólo algunos pueden hablar y por lo tanto son los únicos que pueden ser dirigentes. Por eso no les gusta dejar los cargos. Las mujeres tenemos miedo de hablar, o sentimos que no nos corresponde. Pero también ocurre que cuando empezamos a participar nos marginan porque somos mujeres. Esto está cambiando un poquito, porque estamos demostrando nuestra capacidad en nuestras organizaciones, pero todavía muchos no nos dan importancia. Nos dejan hablar, pero no toman en cuenta nuestras ideas. El problema está en que las organizaciones vecinales, en su mayoría, solo vota el hombre, él es el socio, nosotros sólo lo reemplazamos, valemos muy poco.

En nuestras organizaciones de mujeres también hay problemas, están las que lo hacen todo y las que sólo quieren recibir beneficios y favores. Unas y otras están equivocadas, porque las que todo lo hacen en el fondo les gusta ser así y no se dan cuenta que hay que motivar y educar a los demás, es parte de la responsabilidad de ser dirigente. En las asambleas, felizmente, las mujeres somos más prácticas y concretas y no demoramos tanto.

Pero en general, las bases se creen de menos, que su responsabilidad es sólo de votar o aceptar una propuesta. Por eso los dirigentes abusan y muchas veces manipulan, hacen lo que quieren; algunos hasta roban, o venden nuestra organización a gobiernos y partidos, y como somos ingenuos, nos dejamos, les damos demasiado poder.

Lo mismo sucede en las actividades. Tenemos que pensar, que si con tantos problemas de comunicación hemos hecho tantas cosas por nuestro pueblo, cómo sería si solucionáramos esos conflictos. Probablemente nadie nos pararía y habría más unidad y fuerza.





Los cargos se distribuyen así no más, sin saber qué se debe y se puede hacer. Uno de los cargos menos claros es el de Prensa y Propaganda. Aquí las comunicadoras populares tenemos mucho por hacer. Todos los problemas que hemos mencionado podrían solucionarse con nuestra ayuda. Ese cargo debe empezar a funcionar, pero no sólo como prensa o propaganda, sino más allá, es decir en las relaciones de comunicación y utilizando muchas formas y medios de comunicación. Tenemos antes que sensibilizar a nuestras organizaciones con respecto a estos problemas.

Para terminar este punto tendríamos que decir que en los últimos años se está volviendo más fuerte el problema de la relación entre las organizaciones y el gobierno. Todo lo que habíamos avanzado en autonomía está medio entrampado. Como nos están ofreciendo muchos servicios y favores, viejos servilismos se están despertando. Es que hemos aprendido poco a comunicarnos con las instituciones políticas. Como nos habían hecho poco caso tenemos escasa experiencia. Los que alguna vez lo tuvieron fueron los dirigentes vecinales, quienes tienen un comportamiento contradictorio, a veces son muy luchadores, pero otras se dejan engañar, les gustan los almuerzos, las fiestas, y a veces la plata, para llegar a acuerdos. Pero la mayoría no sabemos cómo actuar. Cuando nos habla un poderoso nos volvemos más tímidas. Y cuando necesitamos dinero para supervivir, para nuestros hijos, aceptamos todo. No sabemos cómo hacer para tener el beneficio. Debemos exigir que se nos respete como organización y como personas. Pero vamos a aprender, no queremos ser súbditos ni esclavos de nuestra propia pobreza. Las mujeres tenemos más coraje para eso. Defenderemos nuestra autonomía, pero entablando una relación comunicativa de tú a tú, con respeto mutuo, porque respetos guardan respetos ¿no?

Cumplir los acuerdos es otro problema gordo. Apenas ocurre algo distinto y sin mediar asamblea, se empieza a no cumplir, entonces no se respetan los turnos, hasta en los deportes. Cuando hay reparto de víveres o de dinero ocurren muchos problemas también. Los dirigentes se ponen de acuerdo y según el más fuerte éste se lleva lo mejor para su casa. Y lo menos bueno queda para las bases, que ni se enteran de lo ocurrido.

Hasta en un mismo lugar no se coordina bien. Por ejemplo entre la junta directiva de la asociación de Padres de Familia y las de los profesores y los trabajadores. O entre una liga del fútbol y otra que está en el pueblo de al lado. Los padres tienen miedo a protestar, a pesar que ven que algunos profesores no enseñan bien o son faltos, borrachos y autoritarios.



Algunas peleas entre organizaciones se dan porque están coordinando o pertenecen a partidos políticos distintos. Entonces todos quieren hacer prevalecer sus propuestas y sus ideas y surge el divisionismo. Y dicen que su organización es la mejor, la más representativa, negándole a la otra su valor. Peor aún, a veces hay dos organizaciones dentro de una sola, dos dirigencias paralelas, por culpa de una actitud poco democrática. Lo malo también está en que muchos enfrentamientos no se dan a partir de las necesidades del pueblo, sino de ideas previas que traen de sus partidos, que muchas veces no conocen la vida cotidiana de nosotros. Si todos coordináramos para ayudar al pueblo, especialmente al más necesitado, sí nos pondríamos de acuerdo. La política es mala cuando nos convierte en autómatas de otro, en esclavos de los que dirigen. Y la unidad es más importante que nada. El partido que divide es malo de por sí. El que busca y pelea la unidad es bueno.

Una misma organización tiene problemas de relación entre sus diversas partes, bases o sectores. Ni se conocen. Por eso hay tan pocas organizaciones distritales. Tendemos a unimos por algo concreto que le importa sólo a un grupo. No pensamos todo lo que podríamos hacer y conseguir si nos uniéramos en el distrito, así podríamos influir más en el municipio y nos respetarían. Podríamos entonces ser parte de una organización más grande, hasta nacional, pero unidos desde abajo, no sólo con dirigentes que muchas veces agarran un puesto por otros intereses, sin que sea conocido, aprovechando nuestra pasividad y la desorganización. Así podríamos influir en los gobiernos que nos respetarían, como personas del pueblo y darían independencia a nuestras organizaciones.





## 4. LA COMUNICACION ENTRE ORGANIZACIONES POPULARES

### 4.1 *¿Cómo es la comunicación entre organizaciones?*

Este es un tema poco trabajado. Aquí es donde menos hemos avanzado. A pesar que muchos de nosotros pertenecemos a varias organizaciones. Porque en nuestro pueblo hay muchas y de distinto tipo, como ya comentamos. Sin embargo poco se coordina. De manera informal si ocurre, cuando nos prestamos cosas, cuando se participa de manera individual, por ejemplo en las fiestas y actividades de unos y otros.

Pero de manera organizada poco sabemos. Espontáneamente, por ejemplo, ayudan las parroquias cuando las organizaciones vecinales tienen problemas. O espontáneamente, unos grupos deciden participar con compras de tarjetas o prestando músicos. Pero en general las organizaciones son celosas, tratan de trabajar solas y eso no está bien.

En algunos distritos se han visto Cabildos Abiertos, donde por primera vez nos hemos juntado como organizaciones deportivas, políticas, mercados, vecinales, comités de vaso de Leche, etc.

Hay otra cosa buena, que las organizaciones de mujeres están pidiendo coordinar con las vecinales y ser parte de ellas, pero sin perder independencia y autonomía. Los primeros pasos los estarán dando, y algunos municipios y centros nos han ayudado al respecto.

### 4.2. *¿Qué problemas existen?*

En primer lugar, queremos decir que cuando las organizaciones agrupan a hombres, estos no valoran a las organizaciones de mujeres. No le dan validez a la palabra de las mujeres organizadas.

Las pocas coordinaciones que hay, muchas veces, se hacen de manera personalista. Y hay peleas entre dirigentes de distintas organizaciones. Algunos no saben coordinar, piden ayuda por interés, por algo concreto, pero no buscan una relación que dure. La irresponsabilidad es grande aquí. Será porque no se ve la importancia de la unidad. O porque los cargos se asumen sólo por figurar, eso impide coordinar bien. Muchos inclusive no quieren dejar los cargos, porque les trae beneficio, no les importa dialogar con otros que son tan importantes como ellos.

Las organizacones de personas mayores no valoran a las de jóvenes, no los ayudan, por eso ellos no quieren trabajar por su pueblo.



## 5. ¿COMO SE COMUNICAN LOS POBLADORES ENTRE SI?

### 5.1. *¿Cómo se comunican?*

Lo hacemos de manera más espontánea que planificada. Aunque también ocurre al interior de nuestras organizaciones, los pobladores nos relacionamos fuera de ellas, sin tomarlas en cuenta, sin negar que lo que hacemos repercute en ella. Somos informales, y muy afectivas. Y ocurren cosas lindas, pero también grandes enredos y problemas.

Hablamos de lo que sentimos y somos, como también de lo que quisiéramos ser y tener. Pensamos y sentimos de nuestra realidad, pero también intercambiamos alternativas. Nos contamos lo que vivimos o por lo que nos pasó antes a nosotras y a nuestros antepasados, siempre nos estamos relatando la vida. Hablamos de los grandes acontecimientos, pero también de los chiquitos: De nuestra familia, del barrio, del pueblo, de los paisanos, de nuestros errores y de lo que hicimos bien. Es decir, hablamos y tratamos de todo, pero siempre con sentimiento. La voz de la experiencia también está presente en la voz de los mayores.

Y así como nos queremos, también nos peleamos o nos ignoramos. La comunicación es entonces parte fundamental de nuestra vida, sin ella no podríamos existir, ni luchar.



### 5.2. ¿Dónde nos comunicamos?

En todas partes. En los mercados, las cantinas, los paraderos, los parques, las tiendas, los colegios, la calle, las esquinas, las casas, los locales comunales, los cementerios, los micros y transportes, las postas médicas, los locales escolares, los restaurants ambulantes y fijos.

Nos encontramos en los lugares donde tenemos actividades de nuestras organizaciones, cocinas, comedores, talleres, en el reparto del vaso de leche, los clubs de madres, cuando plantamos y cuidamos los huertos, cuando limpiamos calles, o hacemos faenas comunales, en las cunas y colegios de nuestros hijos.

También estamos en los velorios, los cumpleaños, los campeonatos deportivos, las fiestas patronales y provincianas, las parrilladas, anticuchadas, polladas, u otras. En la Misa o ceremonia religiosa, en las actividades parroquiales, en los cursos de capacitación. El mercado es un lindo lugar para hablar, con las vendedoras y entre las clientas, hasta nuestros hijos se encuentran allí. Algunos de nosotros también estamos juntos comunicándonos en las marchas, mítines, paseos de antorchas y otra clase de movilizaciones, aunque es una pena que no todos asistan.

En todos esos lugares y hechos, allí estamos haciéndonos pueblo peruano, allí las mujeres estamos encontrando nuestra identidad, nuestra manera de hacer y de ser, distinta a la de los hombres, pero junto a ellos, para que no sean tan machistas y así vamos a avanzar más.

### 5.3. ¿Qué problemas de comunicación afrontamos?

Nunca nos habíamos puesto a pensar en lo metida que está la comunicación en la vida. Si en las organizaciones hay problemas, pues entre los vecinos y pobladores hay muchísimos más. Lástima que aún vemos estos problemas como muy esparcidos, nos falta ordenarlos, viendo cuáles son más importantes y cuáles son aquellos que explican a los otros. Por eso sólo los vamos a enumerar, casi sin orden, tampoco los vamos a desarrollar, porque si no, nos demoraríamos una eternidad.

Comenzando por la familia, allí hay muchos problemas. Se presentan discusiones con los hijos que muchas veces terminan en pleitos e incomprensiones. Están también los celos entre hombre y mujer, y entre padres e hijos. Nos gana la desconfianza. Cuando el dinero no alcanza hay también poco entendimiento, especialmente de los hijos y también del marido porque nos culpan de no hacer alcanzar la plata del diario. Los hermanos también viven problemas, de repente porque los padres prefieren a los hijos mayores o a los menores. Y cuando los esposos nos pegan, esto es terrible, hace daño a la comunicación de toda la familia, especialmente a nosotras las mujeres que nos vamos volviendo hoscas, resentidas y tristes, no creemos en nada. Y qué decir de las continuas borracheras, es lo peor que puede pasar, nos destruye. También hay mucho autoritarismo de los padres con sus hijos, no nos comprendemos y queremos imponer normas, incluso con golpes. Por eso los jóvenes no nos cuentan sus cosas y nos tienen desconfianza. Esto a veces da pie a la delincuencia.



En el barrio, entre vecinos, también ocurren trabas y problemas de comunicación. Hay personas que se ocupan de la vida ajena, pero no por solidaridad, sino para hacer daño. A las mujeres jóvenes se les critica mucho, siempre se duda de ellas. En general hay calumnias por envidia y por celos, tanto en los problemas de amor, como en los de trabajo. En algunos casos, las envidias se expresan cuando alguien se supera, hasta sienten alegría cuando alguien se trunca o fracasa. Lo mismo sucede entre los jóvenes enamorados.

La gente se pelea en los mercados, a causa de los precios, el minorista da desconfianza porque también esconde productos, pero también tenemos que ver que los mayoristas son los que ganan más, el pez gordo, pero tenemos tendencia de culpabilizar al que está más cerca y lo vemos. Y eso tampoco está bien.

La carestía y la pobreza nos hace recelosos. También hay enfrentamientos en los omnibus, con el cobrador, por los vueltos, porque se pasan los paraderos y son prepotentes, no respetan a los pasajeros por ganar dinero, sabiendo que ellos y nosotros somos del pueblo. Hay también pasajeros prepotentes que insultan, por subir rápido a los carros empujan para ganar asientos. Y hay muchos hombres mañosos que manosean a las mujeres

Los niños también tienen problemas, se pelean en los parques o instigados por sus padres no les gusta perder. Hasta los jóvenes y los adultos no admiten que han perdido un partido de fútbol. Y últimamente están tomando parte en cosas negativas, por culpa de jóvenes malintencionados, como robos, drogas, relaciones amorosas antes del tiempo. Nuestros hijos están desprotegidos.

Hay robos que afectan la comunicación entre nosotros. Por ejemplo en nuestras propias casas, o con cosas de la comunidad. Es increíble, pero sucede ¡tanto que nos cuesta adquirirlas! y los choros nacidos en el pueblo nos roban. Hay algunos que no respetan nada, hasta las lápidas de los cementerios se las llevan y los floreros.

En las colas, los vivos siempre arman líos en los paraderos y también en las postas médicas. Felizmente hay gente consciente que llama al orden y al respeto promoviendo la solidaridad con las madres embarazadas y los enfermos graves. También surgen cosas similares en el cine y en las fiestas. La alegría que nos une se empaña con la gente abusiva que aprovecha de la situación para sacar beneficios propios.

Y muchas más que no hemos dicho, pero creemos que es ya suficiente para que veamos cuánto tenemos que hacer, cuánto falta progresar, cuanta unidad y comprensión tenemos que conseguir para ser una sola fuerza, viviendo en paz.



Siempre que hay un beneficio para la población hay problemas, unos quieren lo mejor, aunque no lo necesiten tanto. En los repartos de víveres hay muchos abusos, como en las actividades económicas, unos quieren la mejor presa o quieren cobrar su trabajo voluntario con más comida o licor. Cuando no hay organización buena, esto ocurre con más frecuencia.

Muchos de estos problemas dependen de nosotros, pero muchos vienen de fuera, de la pobreza, de la injusticia, de las malas enseñanzas, de la explotación que asimilamos de poderosos y la repetimos en la casa y el barrio. Pero si somos concientes de nuestro cambio, que empieza por casa, podremos avanzar mucho más. Y la comunicación nos puede ayudar mucho al respecto. El cómo, tenemos que encontrarlo nosotras.

Pero debemos tener paciencia porque esto se va consiguiendo lentamente, no podemos desanimarnos. Algunos de estos problemas ocurren porque hay vida y en el fondo nos importa lo de otros, no somos indiferentes y aislados como los de las clases altas. Es decir que hay reacciones naturales de incomunicación. Lo que más importa es la unidad, el respeto mutuo, la cercanía y la valoración de nuestra capacidad para hablar con los gobiernos y los poderosos.





## 6. ¿CUALES SON LOS PROBLEMAS DE COMUNICACION DE LAS MUJERES?

### 6.1. *¿Cuáles son los problemas de comunicación que viven las mujeres con los hombres, en la familia?*

El problema de la mujer viene desde que nace. Somos rechazadas, porque somos chancletas. Muchos hombres decían cuando nuestras madres iban a dar a luz: "Si es mujer la cambio por un saco de papas". Es muy triste ser recibidas así. Si además la mujer es negra, chola o vieja es peor. Si es blanca o seductora la miran con otros fines, es decir sexuales.

El padre rechaza a la hija mujer por la costumbre inconciente que viene de años atrás. En lugar de recibir afecto, se prefiere al hombre. Porque hay un sentido muy utilitario, que es el que rige. Dicen que somos débiles. Y como vivimos entre tanto golpe y violencia, se le aprecia al más fuerte, al hombre. Dicen que el hombre sirve más, en cambio la mujer es dolor de cabeza. Además ellos se defienden porque el hombre hace conservar el apellido, con nosotras se pierde.

En el campo, y a veces también en la ciudad, envían más a los hombres a la escuela. Esto es más acentuado en la sierra, porque se creía que la mujer no tenía capacidad.



Por todo eso nosotras nos hacemos más pasivas, aguantamos y nos resignamos. Hasta adulamos a los hombres. A veces esta pasividad es tan grande en algunas mujeres, que ya es escalofriante.

Pero no todos los hombres son iguales. Por ejemplo durante el embarazo dicen "será lo que Dios quiera" y lo sienten así. Son respetuosos de las mujeres, saben escucharnos y confían en la capacidad femenina.

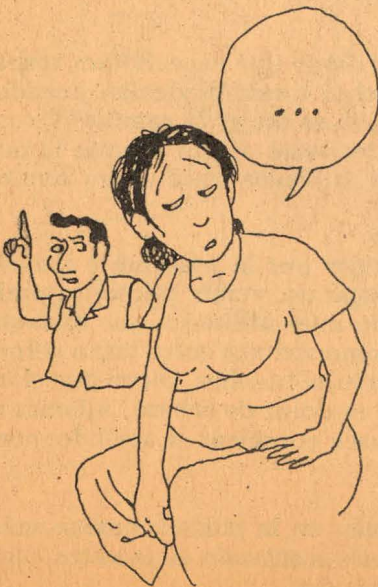
La comunicación en la familia entonces no es tan buena. Hay incompreensión en muchos hogares. Los hombres no hacen un esfuerzo por entendernos. Hasta entre hermanos y hermanas hay problemas. Los hombres no las dejan salir a ellas, porque dicen que la mujer es para su casa. Entonces ocurren muchos pleitos y peleas en el hogar. Hay muchos golpes, especialmente de los hombres contra las mujeres. Y eso hace daño a los hijos. El bebe cuando está en la barriga de la madre ve todo eso, como en una televisión, mira a sus padres y se resiente. Los niños más grandes se desengañan de sus padres y se pierden, por eso hay tanta delincuencia. Los golpes de los padres a las hijas las obliga a escapar de la casa, después regresan embarazadas o con un hijo.

Obligar a casarse es negativo. Muchos creen que cuando la mujer sale en cinta tiene que casarse. Se mata el afecto que hay en la pareja joven, es el camino directo al fracaso. Peor aún si no hay afecto, después la vida es un infierno

Los celos es otro problema de comunicación porque es desconfianza y poca fé en su pareja. Es como un gusano que carcome el amor y el hogar. En los hombres los celos se manifiestan a puro golpe. Además está el hecho que muchos hombres cuando engañan a sus mujeres cubren su falta pensando que su mujer le está siendo infiel y la ceían.

Otro problema de incompreensión de los esposos se presenta cuando estamos comprometidas con nuestras organizaciones. Unos lo hacen por celos, otros porque nos quieren en la casa siempre, especialmente cuando ellos llegan del trabajo o de la calle, quieren que les atendamos, como si ellos no pudieran hacerlo. Por eso, cuando estamos en reuniones tenemos que correr a la casa, antes que lleguen, y dificulta la mejor marcha de nuestras organizaciones.

Todo esto es muy común en los Pueblos Jóvenes. Pero nosotras tenemos que hacernos respetar e irlos cambiando poco a poco. Si nosotras no lo hacemos ¿quién entonces lo haría? Cuando veníamos al programa de radio se ponían saltones, pero cuando empezaron a escucharnos fue distinto, ya se enorgullecian de nosotras. Debemos llegar a acuerdós con ellos, decirles que no son nuestros padres, que todo lo que uno va a hacer lo comunica al otro, pero con igual responsabilidad para ambos. **NUESTRA VIDA**, ayuda mucho porque ellos nos dan importancia al ver todo lo que es capaz de hacer una mujer. Además las radionovelas, los consejos los hacen pensar, ya tienen miedo de portarse mal con nosotras.





6.2. *¿Cómo es la comunicación de las mujeres con los hombres en las organizaciones populares?*

En las organizaciones mixtas, se le relega a la mujer al segundo plano. Se les permite entrar a las dirigencias, pero sólo a los cargos de relleno, como asistente social u otros. Pero a la cabeza, eso sí que no. Es muy raro que una mujer tenga el cargo principal. Y en las asambleas no se les da importancia, no le dan la palabra. O si ella habla ni se le escucha. Claro que en eso colaboramos nosotras, por nuestra pasividad, tenemos miedo de hablar y hacernos escuchar, entonces cuando lo hacemos nos llenamos de timidez y nos hacemos faltar el respeto.

Pero antes era peor. En las invasiones por ejemplo no nos dejaban hablar. Muchas mujeres han cambiado. Ahora protestamos y nos hacemos escuchar.

Hay mujeres bien guapas, no se dejan pisar por la directiva. Hemos hecho que los hombres coordinen con nosotras, casi a la fuerza. En una asociación de padres de familia, las mujeres hicieron su lista y ganaron, sólo le dieron dos cargos a los hombres.

Es que la mujer está descubriendo que puede ser dirigente y mejor que los hombres. Porque ella es la que sufre los problemas más directamente y los asume con mayor responsabilidad, con alma y corazón. Por lo tanto, es más desinteresada, porque al sentir los problemas se hace más conciente. En cambio los hombres se van a la cantina y asumen la organización en sus ratos libres. Mientras que la mujer le dedica toda su energía, porque siente la urgencia de resolver los problemas de los hijos y está allí, casi permanente en el barrio.

Así se ha demostrado en la práctica que somos mejores que ellos, que nos deben respetar y considerar en las organizaciones. Aunque todavía hay muchas mujeres que se mantienen sumisas y acomplejadas, creen que no valen. Por eso en el pueblo y en el distrito podemos hacer talleres de capacitación que ayuden a que la mujer se valore a sí misma, que quiera su progreso, con el ejemplo de quienes ya han empezado a ser voceros de la comunidad.

Nuestras organizaciones no son sólo eso, sino lugares y momentos de encuentro y amistad. Eso nos ayuda mucho para tener más alegría y más fuerza para luchar. Por eso tenemos que seguir trabajando con las organizaciones, por el bien de la mujer y del pueblo.

6.3. *¿Hay problemas de comunicación entre mujeres?*

Entre madres e hijas sí, aunque siempre hay más cercanía. Es difícil hablarnos y que haya confianza. Es verdad que cuando están grandes necesitan un poco de independencia, sentirse más ellas. Pero debe haber más comprensión. A veces tenemos tantos problemas, como ya decíamos antes, entonces nos volvemos amargadas y duras, las mandamos a trabajar sin pensar lo que viven y que están sintiendo o quieren hacer. Tenemos que hacer un esfuerzo para expresar más nuestro cariño, comprenderlas y no hacer que ellas sufran nuestros infortunios. Ellas no tienen la culpa.



Entre vecinas, parientes y amigas, a veces somos envidiosas. Sobre todo cuando una sobresale, empiezan los chismes a correr. Y todo lo que hace esa persona en bien de la comunidad y de ella misma se vuelve materia de desconfianza. Entonces las malas interpretaciones corren y hacen daño. Muy rápido, sin saber bien, condenamos a algunas mujeres. Y eso no está bien.

Pero de manera general si compartimos entre las mujeres del pueblo y nos ayudamos. Hay confianza nos contamos las vidas, los problemas y nos aconsejamos. Más aún, nos sentimos mejor cuando la organización es sólo de mujeres, allí hay mucha comprensión y cuando alguien sufre vemos cómo ayudar, porque sabemos lo duro que es ser mujer. ¿quién mejor que nosotras para comprendernos?





## 7. COMENTARIO

Se avanzó en situar la comunicación como una relación dinámica y permanente entre personas, colectividades y sus organizaciones. Los medios son parte de esa construcción, constituyen una mediación entre los sectores humanos y grupos sociales y culturales. Cubre además diversos aspectos de la vida social, la familia, el barrio, el municipio, la ciudad, El Estado.

Entonces, la organización no es una formalidad sino una tupida red de relaciones, vividas en tanto problemas, frustraciones y dimensiones positivas. con ese doble acercamiento del pueblo con el pueblo y de éste con otros grupos sociales y entidades políticas. Por ello la comunicación está ligada a todo lo que significa el protagonismo social, el cambio y la solidaridad populares.

Sin embargo, el quehacer está todavía difuso. Al trasladarnos de una visión tecnicista de la comunicación a la compleja vida social y a los procesos de liberación del pueblo por constituirse como un sólo sujeto, con múltiples voces, evidentemente perdemos definición concreta. Sin embargo ganamos riqueza política y cultural.

La comunicación resulta así un quehacer fundamental en la vida organizativa del pueblo. Allí está su utilidad principal, sin descuidar aquella otra vinculada a la afirmación de la identidad y la cohesión cultural. Los espacios públicos no van a poder asumirse si no se trabaja la democracia interna y si no se asume una manera propia de hablar y de relacionarse entre organizaciones y con otras instancias. Si las relaciones entre dirigentes y bases no caminan fluida y vitalmente se corre el riesgo de mantener una debilidad interna. Si entre hombres y mujeres no hay comprensión y respeto mutuo, las organizaciones siempre estarán desvinculadas entre sí. Si la familia no se compromete en el cambio social de qué liberación se está hablando. Si no se aprecia la palabra propia cómo se va a establecer relaciones de interlocución con el Estado y las instituciones privadas, que beneficien al pueblo y dignifiquen su presencia.

¿Cómo asumir esta complejidad comunicativa? es la gran pregunta que aún queda sin respuesta. Sin embargo, algunas búsquedas y ciertos apuntes metodológicos se mencionan. Están los talleres de comunicación para usar medios que ayuden a solucionar los problemas mencionados, como volantes, parlantes, periódicos, boletines audiovisuales, videos, etc. Están aquellos otros de comunicación y liderazgo, como también los múltiples eventos de capacitación que toman en cuenta la vida y la palabra de la gente para encontrarse consigo mismas y valorarse, utilizando una grabadora. Está toda la historia y la experiencia popular que puede ser trabajada, contada y sistematizada por la propia mujer, para luego difundirla. Están también las dinámicas democráticas de funcionamiento de asambleas, que motivan la participación y acercan a la gente.

Al descubrir estas necesidades comunicacionales ya se ha avanzado bastante. Los medios y las metodologías que se utilicen deben estar al servicio de la solución de los mismos. Iremos trabajándolos poco a poco y acompañados de prácticas que acumulen experiencias de reflexión.







5: CARACTERÍSTICAS DE UNA  
PROMOTORA DE COMUNICACIÓN POPULAR  
COMPROMETIDA CON LA RADIO







### 1. ¿Quiénes somos?

No sólo somos corresponsales, entonces, sino promotoras de la comunicación en nuestro pueblo y en sus organizaciones.

Tampoco podemos desconocer que tenemos municipios, que son parte de los gobiernos, es decir del Estado, y estos municipios los hemos elegido y se deben a nosotros. Están para ayudarnos. Además las organizaciones tenemos un lugar allí. Es decir no somos sólo el pueblo tal o cual, sino que formamos parte de un distrito y tenemos que ganar un lugar allí, para hacer de nuestros distritos y nuestros municipios, unas instituciones verdaderamente populares, donde seamos parte activa de acciones y decisiones. ¿Quiénes mejor que nosotros para decidir nuestras necesidades más importantes y cómo resolverlas?, ¿quiénes, son los que pueden ponerse de acuerdo sobre qué pueblo necesita más, con respecto al otro.}

Entonces, no podemos vincularnos sólo a nuestro pueblo, donde vivimos, sino también a nuestro distrito. Porque además muchas organizaciones ya son distritales, por ejemplo las vecinales, y también las de mujeres, quienes estamos ya conquistando nuestro espacio en el municipio, con una organización autónoma. Y cuanto más seamos avanzaremos mejor.

Hasta allí llega nuestra responsabilidad. Es mucha, pero no la vamos a hacer solas, sino tomando en cuenta a otras mujeres más que nos ayuden en esta difícil tarea. Y están nuestras organizaciones, quienes deberían comprometerse más con la comunicación, especialmente las secretarías de prensa y propaganda, para trabajar juntas en bien de la mujer, la familia y la organización popular.





2. *¿Qué debemos hacer en el pueblo y en las organizaciones?*

Debemos comprometernos y compartir con nuestro pueblo, especialmente con nuestras organizaciones. Estar con ellos, especialmente con la base. Hay gente que cree que una organización sólo la componen dirigentes. Es un error. La base tiene que participar para mejorar la organización y para crear mejores dirigentes. Además, generalmente, son los más pobres y sufridos, los que necesitan mucha ayuda.

Tenemos que ser comunicativas y participar en todas las actividades y eventos que podamos. No sólo debemos ser dinámicas, sino tener mucha paciencia, se avanza lento, pero bien. Debemos comunicar alegría, jovialidad, saber escuchar, ser sociables. Tenemos que aprender a adaptarnos a las diferentes situaciones que se nos presentan. Ser perspicaces, es decir "estar moscas", para detectar problemas, reacciones y entonces así comprenderemos mejor a la gente y sus problemas y también podremos saber qué pueden aportar.

Apoyaremos en primer lugar a las organizaciones de mujeres, como Vaso de Leche, Comedores, Salud y clubes de Madres según la realidad de cada pueblo.

Lo haremos ayudando a mejorar su capacidad organizativa y su sentido de independencia utilizando para ello a la comunicación. El apoyo moral y directo será muy importante. Como también la capacitación. Por medio de charlas, talleres de comunicación y de organización. Fomentando prácticas de comunicación que permiten la buena relación entre dirigentes y bases.

Hacer reuniones para tomar conciencia de los problemas de comunicación, haciendo diagnósticos de los pueblos y las organizaciones, será algo bueno por hacer.

Para todo esto y lo que vayamos descubriendo tendremos que ayudarnos entre promotoras. Tenemos que lograr que la mujer poco a poco vaya mejorando su participación en la comunidad y que valore su palabra pública, teniendo inclusive derecho a la opinión política.

Todos los problemas de comunicación que antes hemos descrito debemos ayudar a solucionarlos de la mejor forma posible, con nuestras mismas organizaciones, logrando que las secretarías de prensa y propaganda comiencen a funcionar bien, para mejorar las relaciones entre bases y dirigentes y con otras organizaciones.



3. Y en el distrito, ¿qué debemos hacer?

Tendremos que relacionarnos con las organizaciones de los otros pueblos, con las más importantes claro, especialmente las de mujeres. Evidentemente que en nuestro pueblo podremos seguir más a las bases. Mientras que en el resto del distrito será más posible la relación con dirigentes, aunque tenemos que estar atentos a los pedidos de las bases. Entonces tenemos que participar en sus actividades, económicas, deportivas, y en los diversos eventos, asambleas, movilizaciones, congresos, encuentros, etc., ayudando si nos los piden, en las tareas de comunicación.

Nuestra responsabilidad mayor será apoyar a las mujeres en su participación, ayudando a las secretarías de prensa y propaganda relacionando a las mujeres de diversos pueblos y organizaciones. Por ejemplo, podríamos hacer un taller de capacitación para dichas secretarías, de todos los comedores o los clubs de madres del distrito. También podrían ser talleres de radionovelas, sociodramas, para valorar las historias nuestras. Así fomentaremos el acercamiento de la gente, de sus organizaciones.

Debemos impulsar a las organizaciones a funcionar bien, para que haya apoyo mutuo, unión y compañerismo. Tenemos que dar ejemplo, compartiendo con ellas trabajos, apoyándolas. Últimamente estamos haciendo talleres para aprender a conducir asambleas, porque muchas no sabemos hacerlo. Y eso está ayudando mucho a las directivas de mujeres.

El programa de radio será en ese sentido un estímulo. Recogiendo sus noticias, difundiendo sus actividades y eventos, pasando sus saludos, felicitando sus avances.

Nosotros podremos ayudar a la propaganda en todo el distrito a través de parlantes, volantes, diseño de cartas y oficios, periódicos murales, boletines, banderolas, etc. pero haciéndolos con ellas, aprendiendo en la acción y en talleres preparatorios.

En el municipio, en las reuniones de las organizaciones de carácter distrital, también tenemos que estar presentes, apoyando a las mujeres, a participar. Es importante que los municipios sirvan y respeten a las organizaciones, las que requieren de capacitación para poder trabajar bien, para planificar y dirigir sus acciones distritales.

Debemos aunar esfuerzos con otros centros e instituciones que trabajan en el distrito, coordinando acciones, brindando apoyo en la comunicación con la gente.

Los asentamientos humanos y sus problemas también están en nuestra preocupación, son los que más problemas tienen, están empezando recién.





4. *¿Cuál es nuestra relación con el programa radial NUESTRA VIDA?*

Es bueno ser puntuales en las reuniones, tener compromiso, ayudar a las otras promotoras, coordinar con el cono(\*) al que pertenecemos. Participar con ideas y con críticas. Pero todo esto no debe interferir en nuestro trabajo con la comunidad.

Difundiremos el programa radial, que se escuche, por allí se le dará importancia a la capacidad de la mujer, de su palabra, de sus organizaciones. Promocionaremos concursos, porque sabemos que educan a la mujer.

Recoger la participación de las mujeres de nuestro pueblo y del distrito, como corresponsales, es algo fundamental. Las voces de dirigentes y bases. Colaboraremos con la orientación de los editoriales en la solución de los problemas que se viven. Hablar nosotros dando las noticias del distrito, pero motivar a que otras también lo hagan.

Pero también tienen que aparecer los problemas personales de la mujer, con el marido, en la familia. Porque se sufre mucho y se necesita orientación. Así se consuela a la gente, pero también sirve para la educación.

Hemos aprendido bastante, pero todavía nos falta mucho más. Necesitamos, por ejemplo, más capacitación técnica, es urgente conocer bien las grabadoras y cómo se hace para que salga mejor y más clara la voz de nuestras oyentes. Porque en este programa participan las oyentes y se educan escuchando y se hace público el valor de la mujer y su capacidad para organizarse y ayudar al pueblo a avanzar. En esas estamos y seguiremos capacitándonos para bien de las mujeres del pueblo peruano.

---

(\*) "CONO": es la agrupación de varios distritos vinculados por una dinámica territorial. En el programa se trabaja la relación con las organizaciones populares a través de tres conos, Norte, Sur y Este.



## COMENTARIO FINAL

La brevedad de esta última parte contrasta con la abundancia de afirmaciones y reflexiones de las anteriores. Entonces nos preguntamos sobre las razones que explican este laconismo, cuando se trata de enunciar la identidad, y de explicar las obligaciones.

Ciertamente influye el mismo taller, su larga duración y la forma cómo llegamos al final, donde debía concluirse. Pero también existen otras interpretaciones más significativas a la definición de la comunicación popular.

En primer lugar aparece un delineamiento de la identidad en el hacer, más que en el enunciamiento de lo que son. Entonces el compromiso con el pueblo y sus organizaciones, utilizando un medio de comunicación que se adecúe a sus destinatarios, es la matriz de la autodefinition. El ser mujer es parte de esa identidad como característica específica que ellas aportan a ese quehacer popular. Por ello su insistencia pragmática en precisar funciones que efectivicen ese compromiso.

Hablar de sí mismas está en profunda relación con otros. Está su gente, está el programa radial y los miembros del equipo. Señalan así que el eje propio está en su pertenencia a un YO MAYOR, a una colectividad en la que las identificaciones individuales toman sentido, porque aisladas significan poco o nada. Han comprendido que ellas no son las nuevas propietarias de la palabra, sino gestoras inmediatas del proceso de hablar públicamente de otras mujeres, a quienes se deben y con quienes se sienten ligadas afectivamente. Sin pretenderlo explícitamente, se ha superado aquella etapa inicial de quien aprende a hablar y goza con ello, no dejando que otros lo hagan, escuchándose sólo a sí mismas. Las mujeres populares otras, como ellas, ocupan su ámbito de desarrollo y definen su ejercicio de comunicadores.

Ese espíritu concreto y sintético, movilizado por una intención de utilidad al pueblo, define el cómo se ven a sí mismas. La confianza en ellas se ubica allí, ayudada por nuestra presencia y la existencia del programa radial. El compromiso es por lo tanto acción y esperanza, sentimiento y obligación, los que exigen una continuidad en las capacitaciones, en ese espíritu transformador que define lo educativo como parte sustancial del quehacer comunicacional.



La comunicadora popular es un agente democratizador de la organización popular. En el nivel interno, propiciando la relación entre dirigencia y base, fomentando la participación interna y el respeto mutuo, activo y transformador, porque hay mucho por hacer. Allí no basta con defenderla, porque no hay que idealizarla. Se trata entonces que las mismas organizaciones se posean a sí mismas y corrijan sus errores, conozcan de su situación y se comprometan a los cambios necesarios. También está la vinculación entre organizaciones, lo cual plantea un crecimiento de la concepción de identidad organizativa. El pueblo está constituido por muchas y diversas organizaciones. La comunicadora debe fomentar que se conozcan que hablen entre sí, sin que una desprecie, manipule u oprima a la otra, especialmente cuando se relacionen con los hombres. Pero se trata también de democratizar las relaciones entre las organizaciones populares frente a aquellas de las otras clases o grupos sociales, como por ejemplo el municipio, el Estado, la empresa privada. No tener miedo a hablar; no despreciarse a sí mismos, aprender a valorarse mutuamente y ante el otro político, como también aprender a vivir en democracia aceptando la pluralidad. Es parte de la acción de comunicarse entre el pueblo y con dignidad, en el espacio público.

La comunicadora es entonces una trabajadora de la comunicación, a través de la radio y de las acciones que se efectúen en los pueblos y en los distritos, y más allá, especialmente cuando se empieza a crecer y ya la organización no sólo se ocupa de lo local sino que existe una responsabilidad regional o nacional. Ella es motivación, canal de información y conocimiento, factor de educación y capacitación, promotora de la comunicación popular, apoyo adonde haya un conflicto con el uso público de la palabra. Las mujeres, constituyen su prioridad, quienes son las más sufridas e inseguras de su capacidad. Como también los asentamientos humanos, donde las necesidades vitales los tienen en tensión y requieren de ayuda. Es decir toda una vocación por el nosotros más necesitado.

Su personalidad debe desarrollar una intuición y una agudeza especial. Estar en todas partes, "estar moscas" para poder comprender mejor qué es lo que pasa, y no dejarse engañar. No es por lo tanto una persona ingenua y líricamente buena. Ni está ubicada en un sólo lugar, la radio, la oficina o el local comunal. Debe andar por todos los lados, errante, viendo dónde se las necesita, y dónde el pueblo se comunica, para allí escuchar e intercambiar, como también aprender.

Pero cuando se habla de autonomía, entendida como independencia, cuando se trasciende el nivel interno de las organizaciones y se piensa en cómo dialogar con los municipios y los gobiernos, el ámbito de la comunicación se toca con el político, entonces la comunicadora resulta una trabajadora, que desde la actividad comunicacional, se conecta con el desarrollo político de su pueblo, y el de las mujeres, que hoy tienen mucho que decir y aportar en este campo.

La ubicación organizativa es en ese sentido fundamental. Aparecen con bastante claridad las secretarías de prensa y propaganda, vistas como estrechamente vinculadas a la comunicación y no sólo a la prensa escrita y a las acciones publicitarias. Con ellas habría que asumir la comunicación popular. Y con otras instancias más, como las directivas y las secretarías de educación, en los momentos donde éstas requieran servicios adecuados de comunicación. Pero están también las bases y las mujeres con problemas individuales. Entonces las tareas son muchas. Se requieren de más comunicadoras, las que habría que buscar en el pueblo y sus organizaciones, ubicando vocaciones y aficiones comunicativas, de actuación, de relato, de periodismo, etc. Todo lo cual nos habla de un camino amplio y complejo que recién descubrimos, el cual habrá que sistematizar poco a poco y con paciencia.

Este folleto es una muestra de cómo juntos podemos hacerlo, de cómo estamos haciendo girar el objetivo y la actividad comunicacional más allá de sí mismos en relación directa con el protagonismo popular.





Las autoras de la presente publicación son promotoras de comunicación de sus distritos, en el Proyecto **Nuestra Vida**

**Lucila Martínez Bringas** 46 años. Vive en el pueblo de Bayóvar, Cantogrande, en el distrito de San Juan de Lurigancho. Es coordinadora del Comedor MUPROBA (Mujeres para el progreso de Bayóvar) delegada y agente pastoral de la Parroquia Oscar Romero, y también delegada del Comité Ambiental de Bayóvar. Además, Lucila es la encargada de la Secretaría de Prensa y Propaganda de la Central de Comedores del distrito de San Juan de Lurigancho y delegada de la Comisión Nacional de Comedores Populares

**Madeleine Guerra Alvarado**, 19 años. Vive en la Cooperativa Santa Elena en Vitarte distrito de Ate. Colabora con la Organización del Vaso de leche de su pueblo en las tareas de salud es Secretaria de Salud También participa en la Coordinación Distrital de la Organización del Vaso de leche de Ate-Vitarte.

**Janet Ojeda Salazar**, 21 años. Vive en el pueblo 'El Planeta' en el distrito del Cercado. Es coordinadora de Salud de la organización del Vaso de leche de El Planeta, también trabaja en la Casa-Refugio de la Mujer.

**Ada Murrugarra Velarde**, 23 años. Vive en el Pueblo El Milagro del distrito de Independencia. Pertenece al Comité de Salud de El Milagro y colabora con una Asociación de jóvenes voluntarios –“Programa Vacaciones Útiles”– con los cuales impulsan actividades de recreación. Trabaja en el Instituto Nacional de Salud Mental H.D. Hideyo Nogushi.

**Esther Valverde Rivera**, 36 años. Vive en el Asentamiento Humano Mercurio Alto del distrito de San Martín de Porres. Pertenece al Club de Madres 'Margarita Ayes' y también participa de la Organización del Vaso de leche de su pueblo

**Fidelia Valenzuela Chiclla**, 35 años. Vive en la zona de 1o de Mayo de Pamploña en el distrito de San Juan de Miraflores. Trabaja por las mañanas vendiendo en el mercado de su pueblo, en el que también participa de la Directiva como Secretaria de Cultura y delegada de la Sección de Frutas. Además, pertenece a la Asociación de los residentes del sur, una organización vecinal del pueblo de Pamploña.

**Hilda Cahuana Aguilar**, 38 años. Vive en el pueblo José Carlos Mariátegui del distrito Villa María del Triunfo. Participa la Organización Vecinal de su pueblo como Vocal de la Junta Directiva Central, es Secretaria de Prensa y Propaganda del Comité Distrital de Villa María del Triunfo Pertenece a la Hermandad de la Santísima Cruz Verde de San Gabriel, y también ha impulsado a los jóvenes de su pueblo a formar un Club Deportivo al que acompaña en toda actuación.

**Elsa Vera Zuloaga**, 39 años Vive en el pueblo de Pamploña Alta, distrito de San Juan de Miraflores. Coordinadora de la manzana de la Organización Vecinal de su sector. Pertenece al Comedor Popular de Pamploña



El valor de este libro es doble, por cuanto muestra una experiencia de comunicación en la que hay un proceso de apropiación del medio, sobre todo de la capacidad de decir su propia palabra. Los sujetos de esta experiencia son mujeres de los sectores populares de Lima (la mayoría de ellas dirigentes de Comités del Vaso de Leche) que han logrado salir de un silencio marginal y expresarnos hoy, con fuerza, con autenticidad, su palabra de-mujer.

Calandria y TAREA, al realizar esta edición, estamos seguros que significará un aporte para el protagonismo de los sectores populares en la política, la cultura y la Historia Nacional.

Esta obra es la primera de una colección sobre COMUNICACION POPULAR.

#### ASOCIACION DE COMUNICADORES SOCIALES "CALANDRIA"

Somos una institución sin fines de lucro, creada oficialmente en mayo de 1983, integrada por profesionales de la comunicación social y la educación, formados en la Universidad y el Vida.

Queremos contribuir al conocimiento, organización y desarrollo de la sociedad peruana desde una perspectiva democrática, pero nuestro compromiso central se orienta hacia el pueblo y sus organizaciones, acompañándolo y ayudando a satisfacer aquellas necesidades de comunicación que lo hagan fuerte, unido, consciente y participante de la vida nacional.

En ese sentido realizamos tareas de investigación, capacitación, producción, asesoría y promoción en las distintas áreas de la cultura popular y la comunicación masiva y popular.

