

La investigación en comunicación comunitaria y popular: el uso de la etnografía como enfoque

Patricia Fasano*

En este artículo, desarrollaré por qué considero a la etnografía como el enfoque metodológico y epistemológico apropiado para la investigación de los procesos de comunicación comunitaria y popular, para lo cual serán necesarias primero algunas definiciones que dan marco a esta proposición.

Parto, al hacerlo, de una concepción filosófica y política en relación a la investigación académica de las ciencias humanas y sociales: me inscribo en la crítica que autores como Latour (2008), Maffesoli (1997), de Sousa Santos (2010) y otros, desde distintas posiciones teóricas, realizan a las epistemologías predominantes en las ciencias humanas y sociales, en cuanto que en su afán de explicar y comprender el comportamiento humano lo han reducido a categorías teóricas construidas en el laboratorio, con anterioridad al trabajo de campo y, por lo tanto, al contacto con las personas reales.

Asumir activamente esta crítica demanda practicar la investigación de lo social desde un método de conocimiento dialógico, permeable a la vitalidad de la vida social, en permanente movimiento. Ese método podría ser la *etnografía*, como enfoque epistemológico y método que permite la emergencia de las múltiples, inenarrables y mucho menos predictibles dimensiones de la (diversa) vida humana y social.

Ese modo de conocer está empapado, a mi ver, de una potencialidad sin límites para la investigación en el campo de la Comunicación Social, y especialmente para el terreno de la investigación de las prácticas de comunicación popular, comunitaria y alternativa.

En este artículo argumentaré el porqué de esta afirmación, a partir de mi propia experiencia de investigación.

*Patricia Fasano es Doctora en Antropología Social (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011) – Magister en Antropología Social (Universidad Nacional de Misiones, 2004) – Licenciada en Ciencias de la Información (Universidad Nacional de Entre Ríos, 1993) – Coordinadora del Área de Comunicación Comunitaria y Titular de la cátedra de Antropología de la Licenciatura en Comunicación Social (Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos).

A la procura de un “molde” más acorde a mi talle

La comunicación de y en los sectores populares y la llamada comunicación “popular”, “comunitaria” o “alternativa” son el centro de mi atención desde la década del ochenta, cuando cursaba la carrera de Ciencias de la Información en la Universidad Nacional de Entre Ríos. Interesada por esos procesos de comunicación tan intensamente transformadores de cuya existencia tenía noticias por los textos de autores como Mario Kaplún, Regina Festa, María Cristina Mata, Alfredo Paiva y otros, traté de tomar contacto con este tipo de experiencias en la ciudad de Paraná, donde vivía y aún sigo viviendo. Esa inquietud le dio un tema de investigación a mi tesis de Licenciatura, que a poco de comenzada se encontró ya con un verdadero problema: la inexistencia de tales experiencias en la ciudad y en la región. Es decir, en Paraná y –aunque en ese momento no me lo había planteado, luego reflexioné al respecto- en una vasta región de Entre Ríos, no existían experiencias de aquello que los textos llamaban comunicación “popular”, “alternativa” o “comunitaria”: **lo que sí hallé fueron riquísimos procesos de producción social de sentidos materializados en prácticas raramente reconocidas como “comunicacionales”, a través de las cuales las personas pertenecientes a grupos populares (sobre todo, vecindarios incluidos dentro de la llamada “pobreza urbana”) realizaban intensas negociaciones simbólicas para transformar su lugar en la vida social.** Me refiero a prácticas culturales y políticas a través de las cuales las personas se expresaban, se nombraban, decían de sí y de la vida en general de un modo que les era propio, como por ejemplo vistiendo la camiseta de un club de fútbol de un barrio estigmatizado. En fin prácticas que, con el tiempo, no dudé en reconocer como “comunicacionales” pero que no encajaban en el modelo conceptual del que había partido.

Esto me planteó, en el inicio de mi trabajo como investigadora, una importante paradoja: la bibliografía hablaba de prácticas de comunicación que no existían en mi región y que me ponían ante el dilema de preguntarme si en Paraná no había prácticas de “comunicación popular” –es decir alterativa, contra-hegemónica, contestataria, revolucionaria, etcétera- o bien los **grupos populares de Paraná** **invertían a otras prácticas de las capacidades transformadoras del orden político identificadas casi exclusivamente con aquellas.** Dicho en otras palabras, la pregunta era de orden conceptual: **el calificativo de “popular” que en**

la bibliografía acompañaba al concepto de “comunicación”, ¿hacía alusión a un listado de prácticas comunicacionales definidas por sus capacidades alterativas del orden político o al sujeto de la comunicación, fueran cuales fuesen las prácticas?

Comencé por entonces a tener la impresión de que, estando en campo, las categorías teóricas definidas de antemano me impedían **ver** más allá, me impedían **escuchar** cualquier cosa que estuviera fuera de esos códigos. **¿A qué llamaban las personas de grupos populares “comunicación” o qué prácticas culturales cumplían tales funciones? ¿No debía ser eso, al menos para el ámbito de Paraná o Entre Ríos, la comunicación “popular”?**

A esto que tiempo después fui reconociendo como **un problema relacionado directamente con el paradigma epistemológico** en el cual se encuadraba predominantemente mi formación académica y de investigación, se sumaba otra incomodidad relativa a mi condición de comunicadora: **los informes de investigación me obligaban a expresarme en un lenguaje árido**, despojado de las emociones que me habían atravesado durante el proceso y que habían contribuido a darle forma, y **me costaba muchísimo encontrar modos de incluir los puntos de vista de las personas cuyos testimonios daban sustento a mi trabajo, sin caer en ilustraciones de mi perspectiva o relativizaciones de las suyas que sabía nunca tendrían oportunidad de ser puestas en cuestión**. Había allí algo tanto del orden estético como ético que no cuadraba con mi concepción filosófica de la comunicación; algo que tenía que ver con mi proximidad con el concepto de **diálogo** -tan caro a la tradición de la comunicación y educación popular-, con el **respeto** -el respeto a ciertos aspectos del proceso de conocimiento que no encontraban lugar en el modo de concebir el proceso de investigación- y con una concepción del conocimiento también como construcción de **sentido**, pero **sentido construido en situación**.

Fue por esa época –mediados de la década del noventa- cuando di con un capítulo de “El salvaje metropolitano”, el libro de Rosana Guber editado por primera vez en 1991ⁱ, prácticamente dedicado al método etnográfico. Intuitivamente, llegué a ese lugar donde encontré los elementos necesarios para resolver mis incomodidades en relación a la investigación de la comunicación en grupos populares. Ese lugar se llama **etnografía**.

Un enfoque antropológico preñado de comunicación (dialógica)

La etnografía, dice Guber en un texto posteriorⁱⁱ, es tanto un enfoque de la práctica de producir conocimiento, como un método de trabajo de campo –típicamente antropológico- y un tipo de texto.

Como enfoque, dice Guber, se trata de una “concepción y práctica de conocimiento que busca **comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros**”. En tal sentido, “los agentes son informantes privilegiados pues sólo ellos pueden dar cuenta de lo que piensan, sienten, dicen y hacen con respecto a los eventos que los involucran” (Guber 2001:13).

Esto nos lleva a una segunda característica de la etnografía, como método: independientemente de cuáles sean las técnicas de recolección de la información – de las cuales la más común es la observación participante-, el principal instrumento de recolección de información es **la propia persona del investigador**, esto es, sus percepciones, emociones, ideas y etcétera. Todo esto forma parte de la reflexividad propia del trabajo de campo, donde se ponen en diálogo tres reflexividadesⁱⁱⁱ: la del etnógrafo/a, la de las personas que encarnan el objeto de estudio y la específica de cada relación establecida en el trabajo de campo. Esta condición reflexiva –performativa- del trabajo de campo es lo que permite que se produzca lo más potente en términos de conocimiento de la etnografía: la construcción de una *teoría* –y aquí es preciso retomar el significado etimológico de <theoreim>, visión- que, ni es fruto directo de la contrastación de hipótesis teóricas elaboradas en el espacio del laboratorio, ni constituye la extrapolación directa de la lógica del sentido común de los agentes, sino que es *producto* del trabajo de campo como elaboración reflexiva dialógica. Y en la posibilidad de que esto ocurra juega un papel importante la flexibilidad del diseño metodológico y la atención flotante del investigador en el campo, para poder captar la emergencia de los “imponderables de la vida social” de los que hablaba Malinowski^{iv}, que son los que dan sentido a las prácticas de los actores que intentamos comprender.

Ahora bien, este proceso ocurrido en el trabajo de campo es un proceso vivencial, que culmina en la producción del texto, y con ello estamos frente a la tercera dimensión constitutiva de la etnografía. En este sentido nos parece muy

importante, cuando de investigar procesos de comunicación se trata, recuperar la íntima relación que desde la antropología^v se señala entre la percepción de la realidad y su *forma* –discursiva o, podríamos decir también, comunicacional-. Dicho sintéticamente, la propuesta consiste en que cuando la vida social es percibida, lo es en una determinada *forma* que podría denominarse *discursiva*, con lo cual se determina por un lado la íntima relación entre –podríamos decir- la “ética” y la “estética” del acto perceptivo y, por otro, su entrelazamiento para producir una *performance*, que refiere a la condición creadora y recreadora de la realidad que tiene lugar a través de la propia expresión del acto perceptivo. Como afirma la antropóloga brasileña Mariza Peirano, “lo que se juega en el texto es la propia relación entre teoría y campo, mediada por los datos etnográficos” (Peirano 1995:48) y desde la antropología de la *performance* se postula que “la experiencia estructura las expresiones y las expresiones estructuran la experiencia” (Bruner; 1986:6-9; nuestra traducción). Así, desde la perspectiva etnográfica, un texto es tanto el vehículo a través del cual se materializa la reflexividad propia de la experiencia del investigador en el campo –se “traduce”, digamos, la experiencia perceptiva en experiencia discursiva- como un dispositivo vivo que sigue produciendo sentido en el acto de lectura; es por ello que demanda y habilita una forma discursiva o comunicacional tributaria de la forma de la vida social a la que él refiere. No hay –meramente- en el texto etnográfico una función de información, sino fundamentalmente de comunicación, en tanto y cuanto tiene por finalidad “aumentar la experiencia del lector” (Strathern 1998:225), diferenciándose así de las *piezas de información*, que sólo pretenden *hacer llegar* un ‘predicado’ (un *mensaje*) a alguien acerca de ‘algo’. Como todo texto, el texto etnográfico performa la vida social a la que hace referencia; pero a diferencia de otros textos académicos, el texto etnográfico demanda y permite un texto estilísticamente próximo a la vida social a la cual refiere. Porque desde el enfoque etnográfico, ese texto surgido al calor del trabajo de campo da cuenta de una perspectiva teórica que no es la de los textos académicos del “marco teórico” de la investigación, sino que proviene de lo que en antropología se denomina el Punto de Vista del Actor (P.A.).

Esto se relaciona mucho con la “ecología de saberes” que reclama Boaventura de Sousa Santos para enfrentar a la “monocultura del saber” desde una Epistemología del Sur^{vi} y es por ello que la hallamos muy afín con una perspectiva

verdaderamente dialógica de la comunicación –incluso de la que está presente en el proceso de investigación-, es decir con una perspectiva de la comunicación comunitaria y popular.

Una valiosa compañera de la comunicación comunitaria y popular

Dicho lo anterior, faltaría explicitar claramente el porqué de la importancia de trabajar con la etnografía en el campo de la comunicación comunitaria y popular.

Lo primero ya lo hemos dicho: porque **como enfoque, la etnografía habilita a reconocer a los saberes de los actores el estatuto de teoría**; y con ello, se trata de un enfoque de investigación de las ciencias sociales que abre una brecha por donde permite el ingreso a los modos imprevisibles y novedosos de significar la vida, ya no sólo social. Volviendo a Maffesoli, podemos lícitamente pensar que la etnografía nos permite conectarnos con la “vitalidad” de la vida social sin apelar a su previsión y control. Y cuando de comunicación comunitaria y popular se trata, esto significa habilitar la escucha y la legitimación de un sinnúmero de modos culturales que en principio nos pueden resultar extraños.

En segundo lugar, la práctica de la investigación en las experiencias de comunicación comunitaria y popular requiere **una herramienta metodológica altamente sensible y con capacidad de escucha de toda la expresividad social, como es el registro etnográfico**. En el Área de Comunicación Comunitaria^{vii}, el registro constituye uno de los elementos fundamentales, que intentamos esté siempre presente en los procesos de intervención social. Se trata de un registro escrito que habitualmente es asumido por alguien de lxs integrantes del grupo y que procuramos incluya todo lo acontecido, desde el punto de vista de quien registra, durante la experiencia de comunicación comunitaria o popular. Este registro permite, primero, plasmar discursivamente los imperceptibles movimientos de sentido que tienen lugar durante la situación de intervención; luego socializarlos y, con ello, promover un proceso reflexivo tanto individual como colectivo en relación a las categorías que conducen la experiencia de intervención social; finalmente, posibilita la permanente evaluación y ajuste de las estrategias y prácticas de la intervención.

Sin la incorporación sistemática de una estrategia metodológica tendiente a materializar e incentivar los procesos reflexivos, consideramos difícil traducir las

riquísimas experiencias de comunicación de las que participamos a diario en el campo de la comunicación comunitaria y popular en aportes concretos al campo más amplio de la comunicación social. Consideramos que este último atraviesa una profunda crisis de sentido, a la cual tenemos mucho para aportar si logramos traducir nuestras experiencias en procesos de investigación y producción de conocimiento que acerquen al ámbito académico las fecundas teorías de que disponen los actores sociales con los que trabajamos en terreno. La inclusión sistemática del registro etnográfico en los procesos de intervención en comunicación comunitaria y popular podría ser un punto de partida que a nosotros desde el Área de Comunicación Comunitaria de la Universidad Nacional de Entre Ríos nos ha resultado fecundo. Pero el horizonte de llegada sería el reconocimiento del enfoque etnográfico como perspectiva que, por su carácter genuinamente dialógico, nos permita enriquecer permanentemente la teoría social sobre la comunicación con las perspectivas y saberes surgidos al calor del trabajo de campo.

Referencias bibliográficas

- BRUNER, Edward (1986). "Experience and its expressions". In: TURNER, Víctor & BRUNER, Edward. *The Anthropology of Experience*. University of Illinois Press, Urbana and Chicago.
- DE SOUSA SANTOS, Boaventura (2010). *Epistemologías del Sur*. México, Siglo XXI.
- GUBER, Rosana (1991) *El salvaje metropolitano*. Buenos Aires, Ed. Legasa.
- GUBER, Rosana (2001) *Etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires, Ed. Norma.
- MALINOWSKI, Bronislaw (1972). *Los argonautas del Pacífico occidental*. Barcelona, Planeta-Agostini.
- PEIRANO, Mariza (1995). *A favor da etnografía*. Rio de Janeiro, Relume-Dumará.
- STRATHERN, Marilyn (1998). "Fuera de contexto. Las ficciones persuasivas de la antropología". En: REYNOSO, Carlos. *El surgimiento de la antropología posmoderna*. Barcelona, Gedisa.

-
- ⁱ GUBER, Rosana (1991) *El salvaje metropolitano*. Buenos Aires, Ed. Legasa.
- ⁱⁱ GUBER, Rosana (2001) *Etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires, Ed. Norma.
- ⁱⁱⁱ Reflexividad es un concepto que la etnografía toma de la etnometodología, cuyo principal referente fue Harold Garfinkel, y que alude a la capacidad de los sujetos –incluido el investigador– de producir –al mismo tiempo que reproducir– la vida social principalmente a través del lenguaje. Sería, desde la filosofía del lenguaje, su carácter performativo.
- ^{iv} Malinowski, Bronislaw (1972). *Los argonautas del Pacífico occidental*. Barcelona, Planeta-Agostini.
- ^v Especialmente desde la Antropología de la Performance, cuyo principal referente fue el antropólogo británico Victor Turner; pero también incluida en los debates de la llamada “Antropología Posmoderna”, preocupada por la relación de representación presente en la construcción del texto etnográfico (James Clifford, George Marcus, etcétera).
- ^{vi} DE SOUSA SANTOS, Boaventura (2010). *Epistemologías del Sur*. México, Siglo XXI.
- ^{vii} Área de Comunicación Comunitaria – Facultad de Ciencias de la Educación – Universidad Nacional de Entre Ríos.