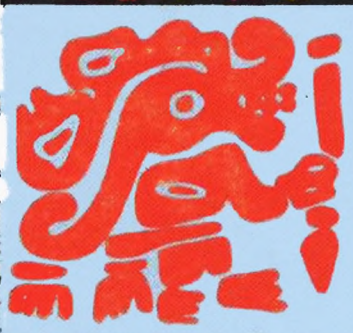


NOVIEMBRE 1983



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

COMUNICACION POPULAR

Martín Barbero
Motta - Ossandón
Pasquali - Hirsz
Dávila - Baltra

CIESPAL





CARTA DE LOS EDITORES

Estimado lector:

El extraordinario desarrollo alcanzado por la Comunicación Popular en los últimos años, la han convertido en tema de múltiples discusiones, seminarios, congresos, artículos y ponencias. Por eso, en este nuevo número de CHASQUI incluimos la entrevista a uno de los más destacados investigadores y propulsores de la Comunicación Popular, el español-colombiano Jesús Martín Barbero.

En sus ensayos Luiz Gonzaga Motta y Fernando Ossandón analizan aspectos relativos a la misma problemática dentro del marco de la democratización de las comunicaciones.

Tomando en cuenta esta perspectiva para la sección experiencias hemos seleccionado siete trabajos representativos que se han desarrollado o se vienen realizando en México, Brasil, Ecuador, Chile, Perú y Venezuela.

Buscamos dar, de esta manera una visión resumida, pero precisa, de los adelantos que, en diferentes campos y con diferentes medios, llevan adelante comunicadores populares de América Latina.

En el Brasil durante muchos años la prensa alternativa jugó un papel importante de denuncia y esclarecimiento frente a los grandes medios de comunicación sometidos a las normas legales de los regímenes autoritarios. Esa experiencia de prensa alternativa la exponen en la sección controversia dos periodistas brasileños que fueron actores directos en ese proceso.

CIESPAL cumplirá sus Bodas de Plata en 1984. Con tal motivo se están preparando diversas actividades conmemorativas que culminarán en Quito con una sesión solemne el 24 de octubre de 1984. En las páginas centrales de este número de CHASQUI damos a conocer la convocatoria a dos concursos internacionales así como las actividades que nuestro centro llevará a cabo durante todo el año y en las que esperamos la participación de un gran número de investigadores, profesores, periodistas, comunicadores populares y estudiantes de nuestro continente.

Una vez más deseamos pedirle sus críticas, comentarios e inquietudes sobre esta importante labor que se llama CHASQUI.

Reciba nuestros mejores deseos para 1984,

Atentamente

Ronald Grebe López y Jorge Mantilla J.

EN ESTE NUMERO

2 EDITORIAL

Comunicación Popular. Futuro incierto?

Luis Eladio Proaño

4 ENTREVISTA

Jesús Martín Barbero

12 ENSAYOS

12 Comunicación Popular: contradicciones y desafíos.

Luiz Gonzaga Motta

19 Democratización de las Comunicaciones

Fernando Ossandón

26 Contradicción entre libertad y equilibrio informativo?

Antonio Pasquali

32 El actor como comunicador social

Jorge Laguzzi

38 CONTROVERSIA

48 EXPERIENCIAS

Ecuador

Brasil

Venezuela

Chile

México

Perú

Brasil

83 NUEVAS TECNOLOGIAS

El sector informativo en el desarrollo económico y social.

Roberto Vitro

89 ENSEÑANZA

91 INVESTIGACION

94 ACTIVIDADES CIESPAL

97 NOTICIAS

104 DOCUMENTOS

111 BIBLIOGRAFIA

115 HEMEROGRAFIA

117 SECCION PORTUGUESA

119 SECCION INGLESA

COMUNICACION POPULAR: contradicciones y desafíos

La lucha por la democratización de la comunicación en América Latina tiene en la actualidad varios frentes de discusión, que van desde el plano internacional -en donde se desarrolla una batalla por flujos de información más equilibrados entre los países industrializados y los del Tercer Mundo- hasta los movimientos comunitarios que buscan crear canales de expresión para pequeños grupos locales, pasando por el esfuerzo necesario para crear, en cada país, políticas democráticas de comunicación a nivel nacional.

En todos estos frentes, las fuerzas que defienden la democratización de los procesos de comunicación ya superaron el momento de la denuncia (demostración necesaria del colonialismo, del autoritarismo, del comercialismo y del sensacionalismo de los medios de comunicación colectiva) y comienzan a sobrepasar también la etapa del idealismo y teoricismo excesivos, contenidos en las diversas propuestas de liberación y transformación social. Como todo movimiento social, el primer momento fue de constatación y revelación, seguido de la anunciación y de la reivindicación de un nuevo modelo utópico.

Y aún cuando la denuncia continúe existiendo y siempre se mencionen los modelos deseados, la fase actual parece caracterizar un avance real, aunque tímido: es un momento de búsqueda de alternativas concretas, ya sea a nivel de las organizaciones internacionales, de los Estados nacionales, de empresas co-

merciales de comunicación o de movimientos populares. De las denuncias se pasó a las sugerencias, y de éstas a las acciones. Evidentemente, las cosas no están todavía claras. El momento actual está marcado por muchas más dudas que certezas, por mucha experimentación e inseguridad. Se trata de una nueva fase del conflicto, en donde la confrontación permanente no permite la existencia de recetas y reglas generales para las luchas: las estrategias para avanzar en el proceso de democratización de la comunicación se van definiendo en la práctica, en los avances y retrocesos de cada situación específica. Nuevos embates exigen nuevas tácticas e improvisaciones. Los errores que se cometen y los altos precios que se pagan permiten evaluaciones y reajustes.

A pesar de los obstáculos, el movimiento avanza y configura una fase de luchas concretas. A nivel internacional, las estrategias incluyen la creación de nuevas agencias informativas de carácter público, orientadas hacia los problemas del Tercer Mundo; a nivel de las políticas nacionales, incluyen luchas para modificar la legislación referente a los medios de comunicación y descentralizar las decisiones del área; a nivel de las empresas privadas de comunicación, implican la organización sindical combativa de los profesionales, la conquista de un mayor poder para los periodistas, editores y productores del material informativo y cultural y la creación de propiedades alternativas de los medios (cogestión, autogestión, cooperativas de profesionales,

**LUIZ GONZAGA
MOTTA**

El trabajo se ocupa de la lucha por la democratización de la comunicación en América Latina especialmente en lo referente a la llamada "comunicación popular".

etc.); a nivel del público consumidor, las estrategias suponen que en los programas escolares se incluyan disciplinas sobre "educación para la comunicación", que se creen grupos autónomos para la lectura crítica de los medios de comunicación y muchas otras estrategias.

Cabe anotar que estos movimientos obtuvieron, hasta ahora, resultados muy limitados; los avances son aún tímidos y reducidos. En Latinoamérica, la estructura autoritaria de la comunicación social poco o nada se ha modificado. A pesar de eso, en varias situaciones, aquello que antes parecía inexpugnable (la estructura autoritaria del poder político y económico de la comunicación social) empieza a ser importunado. Hay señales de retroceso en el autoritarismo y en muchos países se verifican conquistas democráticas.

Es evidente que la lucha por la democratización de la comunicación no camina sola. Tiene aspectos que se refieren específicamente a esta área, pero que se inscriben, de inmediato, en la lucha por la democratización general de las sociedades autoritarias de América Latina, y en el esfuerzo para conquistar espacios democráticos a través de la organización de las sociedades civiles. De esta forma, establece una relación directa con las luchas más amplias, sufre los efectos de sus avances y retrocesos y también las influye.

La lucha por la democratización de la comunicación es sólo un aspecto, de carácter esencial, dentro de la lucha general. Se trata de reconquistar un derecho fundamental que le fue usurpado a la población por parte del poder político y económico vigente: el derecho de informar y de ser informado sobre aquello que la población juzga relevante. La comunicación es una necesidad social básica, sin la cual el hombre no puede sobrevivir; es un derecho fundamental relacionado con el derecho de reunirse, discutir, participar, expresarse, preguntar, ser informado. Esta importancia fundamental coloca a la lucha por la democratización de la comunicación en un contexto más amplio: el de la lucha política contra el autoritarismo, la dominación y la manipulación de unos grupos por parte de otros. En verdad, el propio movimiento para democratizar la comunicación ha dejado de ser una simple reacción frente al sistema autoritario de comu-

nicación masiva y ha pasado a incorporarse a las luchas mayores por sociedades más justas.

COMUNICACION POPULAR Y DEMOCRATIZACION

En este contexto surge y se desarrolla en América Latina un frente de lucha por la democratización de la comunicación, llamado "comunicación popular". Es uno de los frentes que más ha avanzado, no sólo porque se ha generalizado en todo el continente y abarca un número cada vez mayor de personas, sino, principalmente, porque fue en las experiencias de comunicación popular en donde otra comunicación, diferente de la unilateral y autoritaria, comenzó a formarse. Ha sido el único frente (entre todos los que se abrieron) que realmente ha propuesto y practicado un cambio en la perspectiva de la comuni-

La "comunicación popular" deberá ser más fuerte que la comunicación espontánea porque, para ser más reivindicativa, coherente y realmente popular, debe preservar la autonomía popular.

cación autoritaria unilateral. La llamada comunicación popular está constituida por experiencias aisladas de comunicación y educación de base, cuyo fin principal es organizar y movilizar a pequeños grupos, de modo tal que creen sus propios canales de expresión y manifiesten sus inconformidades y reivindicaciones, lo que no ocurría a través de los medios convencionales.

La posibilidad de manifestar inconformidad y demandar reivindicaciones, inserta estas experiencias de comunicación en los movimientos populares. Así, ganan de inmediato un sentido político amplio. Son fundamentalmente experiencias de comunicación antiautoritarias, implican la participación solidaria de cada una de las personas en los grupos que se van creando. Contienen, implícita o explícitamente, denuncias contra la sociedad deshumanizada y anuncian una sociedad mejor. Se parte del supuesto de que cada hombre es capaz de comprender su

realidad, descubrir caminos creativos para transformarla y actuar colectivamente para eso. La comunicación popular estimula (al contrario de la comunicación convencional) la participación colectiva, promoviendo un proceso de autoeducación, un proceso pedagógico en el cual los grupos populares sean el sujeto y el objeto de su propio conocimiento en la construcción de una nueva sociedad.

Sin embargo, aunque la expresión "comunicación popular" haya sido adoptada para referirse a las experiencias mencionadas, el término es ambiguo y abarca diferentes aspectos que conviene aclarar de inmediato. En estas experiencias se encuentran, compenetradas y confunden dos formas distintas de comunicación. La primera es una comunicación de carácter educativo, didácticamente participativa, hecha por comunicadores o educadores que provienen de sectores medios (trabajan con la Iglesia, con instituciones de educación popular, organismos públicos, etc.). Es un discurso educacional, articulado y coherente. La otra es la comunicación del pueblo, practicada por grupos populares, espontánea y creativa. Es un discurso autónomo y muchas veces ambiguo; es relativamente solidario, aunque también contradictorio; muchas veces se confunde con la propia práctica de vida de las clases trabajadoras. Lo que se pretende es que la acción educativa "externa" apoye y estimule las prácticas populares, tornándolas menos ambiguas y ampliando su alcance. Estas dos formas de comunicación -la pedagógica y la popular- se compenetradas y confunden en el proceso, no sólo porque los agentes externos utilizan y promueven formas de expresión en el trabajo educativo de reflexión-acción, sino también porque los grupos populares van asimilando contenidos y formas más coherentes.

Si la experiencia tiene éxito, su síntesis será una expresión popular más fuerte, más coherente. Esta síntesis de la acción educativa del agente externo con la comunicación espontánea del pueblo constituye la "comunicación popular". Esta deberá ser más fuerte que la comunicación espontánea porque, para ser más reivindicativa, coherente y realmente popular, debe preservar la autonomía popular. Es nueva porque hace avanzar el proceso general de democratización de la comunicación, crea nuevos canales y conte-

nidos alternativos y, principalmente, porque cambia la perspectiva del proceso, colocando en escena a nuevos actores de la comunicación: el propio pueblo.

LA BUSQUEDA DE CAMINOS

Pero si por un lado, las experiencias de comunicación han hecho avanzar el proceso general de democratización de la comunicación, ampliando las posibilidades de expresión de las clases populares, por otro lado, es en el interior de ellas en donde tal vez más existan incertidumbres sobre los métodos de trabajo educativo. Las experiencias de comunicación popular atraviesan por un momento de duda y experimentación, de ensayo y de error, de búsqueda de caminos por parte de educadores y comunicadores. La propuesta de construcción de una comunicación popular implicó, inicialmente, modificaciones fundamentales en la propia relación entre el agente comunicador y su público, punto de partida para crear nuevas relaciones sociales. No se modificaron sólo los contenidos y las formas, sino la propia naturaleza del acto comunicativo.

Sin detenernos en las complejas cuestiones de propiedad y control, podemos decir que la comunicación colectiva -en donde siempre militó el profesional de la comunicación- está marcada por una clara división social del trabajo: uno de los agentes es el emisor y sólo el emisor; los otros son receptores y sólo receptores. Esto implica unidireccionalidad (de un polo emisor a un gran número de receptores), impersonalidad (de un emisor institucionalizado hacia una masa no diferenciada), y la intermediación de la tecnología de comunicación (que amplía enormemente el alcance de los mensajes, posibilitando y reforzando la unidireccionalidad y la impersonalidad). Pero es exactamente en esa uni-

direccionabilidad que se encuentra la esencia del autoritarismo de la comunicación masiva. Las experiencias de comunicación popular buscan revertir o destruir esta naturaleza autoritaria, haciendo que los receptores populares sean los nuevos polos emisores. Su objetivo es dar voz a quien nunca la tuvo.

Esta reversión comienza en el trabajo educativo, en la propia acción de estímulo a las clases populares para que generen sus canales. De esta forma, en la relación agente de apoyo/comunidades se crea una ambivalencia de papeles, en donde todos pueden ser emisores y receptores; hay también una multidireccionalidad porque la participación diversificada permite que todos hablen y escuchen en un proceso de producción y consumo recíproco y colectivo.

Todo lo anterior ha ocasionado, naturalmente, profundas alteraciones en el papel del comunicador social, el cual debe pasar a ser un agente de apoyo. En la comunicación colectiva convencional, su función fundamental es la de transmitir la información (cultural o noticiosa). Su capacidad profesional se realiza en la tarea de buscar contenidos y formas impactantes para que su mensaje sea seleccionado de entre los millares que abundan en la sociedad de masas. Su papel es captar realidades, interpretarlas y divulgarlas. Aún cuando un profesional progresista busca contenidos alternativos y brechas políticas, su función es puramente técnica-profesional: transmitir mensajes.

En la comunicación popular, por el contrario, su función no es la de intermediario ni de transmisor profesional. Lejos de ello, le cabe crear canales y oportunidades para que otros se expresen. Su capacidad profesional se manifiesta al proporcionar el apoyo necesario para que los grupos populares se

expresen. Ya no le cabe contar historias, transmitir recados, difundir novedades, indicar opciones. Su trabajo implica oír, comprender, conversar y, especialmente, apoyar. Su función es mucho más educativa y de soporte que persuasiva o de difusión.

Estas nuevas tareas le han creado al comunicador popular una serie de ambigüedades profesionales, de dudas e incertidumbres, pues no había sido preparado para esto. En su ansia de encontrar formas democráticas de comunicación, el comunicador pasó a experimentar, a ensayar y a errar. Como en todo trabajo comunitario, las indecisiones comenzaron antes de que él entrase en escena. Se iniciaron con la duda de intervenir o no en los movimientos populares. Las primeras preguntas planteadas son: ¿Qué consecuencias tendrá la interferencia del técnico profesional externo en la comunidad? ¿Podrá estimular o inhibir la expresión cultural espontánea? ¿Podrá encuadrar y burocratizar un proceso que, por lo imponderable, sería "inordenable"? Vencidas las indagaciones iniciales y decidida la intervención, surgen nuevas dudas: ¿Cómo actuar para establecer una relación no autoritaria, concurrente al dominio de la técnica y del conocimiento? ¿Cómo evitar el paternalismo sentimental, que acaba transformando su trabajo de promoción y animación popular en una simple obra asistencial? ¿Cómo evitar, pese a las buenas intenciones, un cierto dirigismo conductor?

Las ambigüedades y dudas son aún mayores, porque la formación profesional del comunicador no incluye entrenamiento para el trabajo con grupos populares. Las escuelas de comunicación continúan capacitando al profesional para que trabaje en los periódicos o en las grandes emisoras de radio y televisión. Nadie puede negar que las reflexiones teóricas han avanzado mucho, permitiendo elaborar conceptos sobre las comunicaciones participativa, alternativa y popular; que existe vasta literatura sobre estos problemas y que se han realizado muchos seminarios sobre estos temas, pero también es cierto que el entrenamiento profesional no contempla (porque no sabe cómo, porque no quiere, o porque no puede) una calificación profesional para actuar junto a las poblaciones. En este sentido, hay una discrepancia entre lo que se discute y lo que se practica en las escuelas de comuni-

*Las experiencias de comunicación popular
atraviesan por un momento
de duda y
experimentación, de ensayo
y de error, de búsqueda
de caminos por partes de
educadores y comunicadores.*

cación. Si por un lado se discute sobre nuevas teorías de comunicación alternativa, por otro se continúa enseñando técnicas para un profesionalismo tradicional en los grandes medios (cómo redactar mejor, cómo editar eficientemente un noticiero de televisión, cómo persuadir mejor, cómo utilizar los recursos técnicos para que el mensaje sea eficiente, etc.). Raras son las escuelas que avanzaron más allá de la reflexión crítica y más raras aún son aquellas que se preocuparon por la práctica de la comunicación participativa. En resumen, las escuelas han dicho lo que se debería hacer pero no han enseñado cómo hacerlo.

En verdad, la cuestión va más allá del problema de la formación profesional. El comunicador popular, como el educador popular, está condicionado en su relación con los grupos a desempeñar el papel de conductor, de maestro, de persuasor. El siempre tuvo el hábito de hablar, de ser escuchado y nunca el de oír. Por lo tanto, no basta con tener conciencia y buenas intenciones. El hábito de pensar que los grupos populares deben ser conducidos, es un lastre histórico y condiciona actitudes. Se da por sentado que la calidad de la contribución del técnico depende de un permanente estado de lucidez compulsiva, que lo calificaría para indicar caminos y resolver problemas.

El comunicador popular se quiere librar de esa carga y desea dividir responsabilidades en el proceso educativo, pero muchas veces no lo consigue. Por otro lado, y para complicar más las cosas, los propios grupos populares ven al agente externo con la expectativa con la cual el alumno ve al maestro: es él quien sabe, él es el doctor. Es decir, los grupos populares esperan que el agente externo actúe a la altura de sus conocimientos, resuelva sus problemas, tome decisiones, proponga, enseñe, indique. Las tentativas de invertir ese papel acaban por frustrar al grupo, creando desconfianza y haciendo fracasar el proceso educativo.

En verdad, todas esas cuestiones son sólo aspectos de la contradicción principal del trabajo de comunicación y educación popular: introducir la acción educativa externa, con toda la carga ideológica que siempre implica, y preservar a la vez la autonomía de los movimientos populares que se quiere impulsar. El deseo de eliminar to-

dos los resquicios de autoritarismo (en sus distintas formas: dirigismo, persuasión, paternalismo, etc.) en el proceso de educación y comunicación popular, ha llevado a una exacerbada valorización de los conocimientos populares y casi ha destruido cualquier manifestación técnico-profesional, la cual pasó a ser sinónimo de manipulación, imposición y persuasión. Al final, esto sólo ha servido para desorientar al comunicador popular quien fue perdiendo, cada vez más, sus referencias profesionales.

¿DE DONDE PARTIR?

Verdaderamente, las cuestiones son tantas y las dudas tan grandes que ni siquiera las preguntas están claramente formuladas. Ya sea trabajando en instituciones públicas, ya sea operando a partir de entidades privadas, las incertidumbres son igualmente grandes y los errores frecuentes. ¿Cómo intervenir preservando la autonomía popular? ¿Cómo movilizar a las comunidades utilizando la técnica y el conocimiento profesional en esta movilización, sin inducir o dirigir el proceso?

No existen respuestas coherentes para todas las preguntas ni recetas simples que faciliten el trabajo del comunicador popular. Los que han optado por esta vía van a tener que cargar consigo, durante mucho tiempo, la ansiedad de aquellos que no tienen de dónde sostenerse. El camino del aprendizaje de la comunicación popular, hasta que los conocimientos se acumulen o las cosas cambien, tendrá que ser el del ensayo y del error, rompiéndose la cabeza aquí y allá.

Las únicas experiencias que los comunicadores populares pueden aprovechar son las de otras áreas que realizan trabajos afines (educación popular, servicio social progresista, medicina comunitaria y otras que llegaron a este campo antes que nosotros). Pero en estas áreas hay, igualmente, tantas dudas e incertidumbres que sólo pueden contribuir parcialmente a aclarar nuestros problemas metodológicos.

Por ejemplo, ¿cuál es el verdadero papel del agente externo en el trabajo de animación popular? Esta pregunta se repite en todas las áreas (en servicio social, en medicina comunitaria, en extensión rural, en educación popular) y,

Las experiencias de comunicación popular buscan, así, revertir o destruir esta naturaleza autoritaria, haciendo que los receptores populares sean los nuevos polos emisores.

por lo menos, nos queda el consuelo de que no estamos solos con nuestras dudas. Sin embargo, si examinamos las experiencias, escuchando lo que nos dicen y tratando de ajustar el conocimiento acumulado a nuestras necesidades específicas, podemos avanzar evitando equivocaciones que nos pueden costar caro.

Por lo tanto, partiendo de lo que nos dicen los que ya pasaron por la misma experiencia y sabiendo qué queremos de la comunicación popular, podremos fijar algunos principios de acción. No son principios absolutos; al contrario, son complementarios. No son únicos tampoco; sin embargo, ampliados y adaptados para cada caso, pueden servir por lo menos para evitar equivocaciones iniciales. Estos principios son muy genéricos y tal vez ayuden poco a aquellos que buscan indicaciones más precisas. Nuestra convicción es la de que **en el trabajo con movimientos populares la única regla básica es la de que no hay reglas.** Son tantas las sorpresas y tan frecuentes los factores inusitados, que lo mejor es trabajar siempre con el mayor margen de libertad posible y con flexibilidad. En el trabajo comunitario, los agentes externos, más que abastecerse de principios, conceptos y esquemas previos, **deben estar siempre aptos para crear, imaginar, improvisar o reajustar.** A lo largo del proceso de trabajo, nuevos problemas y necesidades exigirán siempre mucha imaginación creadora. Lo que no quiere decir, de ninguna manera, que se esté haciendo aquí una defensa de la improvisación. Por el contrario, pensamos que se debe partir de un cierto grado de formalización, de planificación de acciones. No queremos la imposición esquemática, pero tampoco creemos en el espontaneismo.

Como punto de partida, y para disminuir las ambigüedades, sugerimos estos principios generales:

1.- **Trabajar con y a partir del conocimiento profesional.** Al intentar igualar a los dos actores principales del trabajo con los grupos populares -uno de ellos, el agente externo, y otro, la población- para con esto promover la comunicación entre iguales (la comunicación dialogal), se despreció todo el conocimiento técnico ("conocimiento burgués") y se valorizó, hasta la exageración, el conocimiento popular ("conocimiento puro"). Además, en el acto comunicativo se procuró eliminar cualquier acción que significase la más mínima influencia por parte del técnico comunicador sobre los grupos populares -como si eso fuera posible-. Partiendo del supuesto de que en la relación entre el agente y el pueblo, para permitir un diálogo entre semejantes se tiene que igualar los dos polos, el

ca la educación popular en el Brasil dice: "en el trabajo de asesoría no es posible la igualdad entre el asesor y el asesorado, o entre el animador y la población de los barrios. Tal pretensión de igualdad es irreal... Sería una equivocación del asesor, generalmente un intelectual, querer negar sus conocimientos en nombre de la defensa de la experiencia y del saber popular (el verdadero conocimiento); el campesino o el obrero siempre esperan algo del conocimiento teórico (y práctico) acumulado por el asesor" (1).

De la misma forma, un educador popular con experiencia, al reflexionar sobre su trabajo confesaba: "ya hicimos varias tentativas para resolver el problema y algunos experimentaron el camino de la identificación con el pueblo, habitar junto al pueblo, vivir con ellos, en fin, ser uno de ellos... (Pero) el origen de clase no es algo que pueda extirparse. Nuestra decisión personal no borra una historia, una vivencia. (Al contrario), nuestro origen de clase nos confiere una superioridad y nos ofrece un arsenal, no debido a nuestra genialidad, sino en función de la cuota de poder que disponemos. Esa herencia puede ser empleada al servicio de lo que decidimos" (2).

2. **Trabajar con las contradicciones.** Un desdoblamiento del principio anterior es que las propias contradicciones de la relación agente/población sean factor componente de la educación popular. Esto es, explicar desde el principio qué tipo de relación se pretende establecer y cuáles son los papeles de cada uno. Dejar bien claro qué tipo de contribución se pretende dar y cuáles son los límites de esta contribución. Por otro lado, desmitificar, sin destruir, el conocimiento técnico-profesional y ayudar a que la población comprenda el valor del conocimiento popular. Esta tarea es, en sí mismo, una actividad política pedagógica.

Aclarar todo desde el principio del trabajo facilitará las acciones futuras, ya que las funciones y los límites de actuación de cada uno serán

(1) CEAS, *Notas sobre Asesoría Popular*, **Cadernos do CEAS**, No. 84, marzo/abril de 1983, pág. 27.

(2) Bezerra, Aida, *Conversando con los Agentes*, **Cadernos de Educação Popular**, No. 3, 1982, pág. 14.

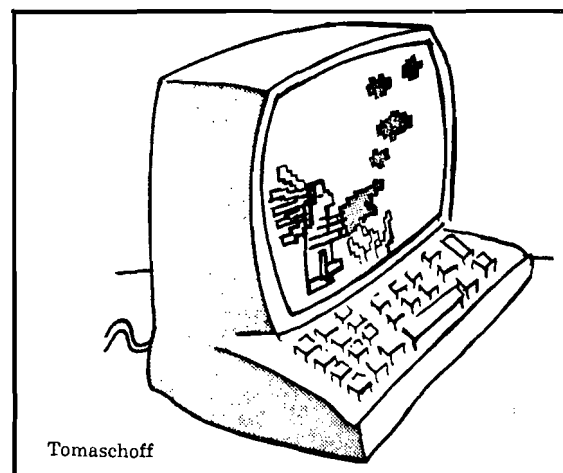
menos ambiguas. Un educador popular afirma que es preciso cuestionar la visión del grupo con respecto a la función del educador: "este punto es, sin duda, uno de los más difíciles de todo el trabajo, porque si por un lado necesita atender las demandas, por el otro, esas demandas -casi siempre- obligan al paternalismo... No se puede dejar de responder a las preguntas formuladas, porque se desilusionaría al pueblo, pero tampoco se puede reforzar el paternalismo. Una parte de la esencia de la propia acción educativa es ayudar al grupo a tener confianza en sí mismo, a estar consciente de su capacidad y a romper el paternalismo" (3).

3. **Trabajar con los movimientos populares.** Alguien dijo que con o sin educación popular, las clases subalternas encuentran soluciones para los problemas de sus vidas, crean sus prácticas sociales y resisten como pueden,

El comunicador popular, como el educador popular, está condicionado -en su relación con los grupos- a desempeñar el papel de conductor, de maestro, de persuasor.

técnico **bajó de nivel**, es decir, cambió su vocabulario, pasó a hablar incorrectamente, pasó a vestirse pobremente o mal, como si eso fuera determinante para igualarlo al campesino, al trabajador o a la lavandera.

Però nada más falso. Vestirse mal o hablar errado para "igualarse" a las clases populares, es sólo hacer una caricatura del proceso. La relación agente externo/grupos populares es y será siempre una relación entre diferentes. No hay igualdad posible. Establecer una relación de diálogo no es caricaturizar el proceso, sino establecer una relación de confianza mutua, en la cual cada uno contribuye al crecimiento del otro. El agente externo no puede y no debe esconder sus conocimientos, bajando de nivel. Por el contrario, sus conocimientos técnicos-profesionales son útiles, los grupos populares precisan de ellos y van a solicitarlos. Una institución que practi-

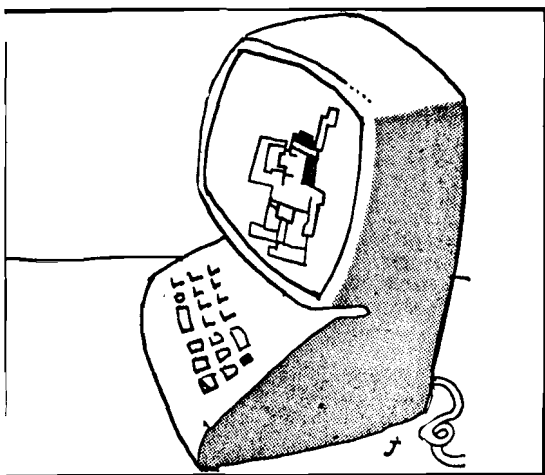


oponiéndose a la permanente imposición social. Los movimientos sociales genuinos existen no porque sean provocados por agentes externos sino por la necesidad de supervivencia de las clases populares. El desempleo, el hambre, el dolor; en fin, las necesidades humanas y sociales básicas son las que hacen actuar a los hombres, o mejor, reaccionar para defender la calidad de sus vidas. De esta forma, los movimientos sociales no son sólo formas organizadas y avanzadas de lucha -como se acostumbra a pensar- sino que son también acciones espontáneas o aisladas para enfrentar problemas inmediatos que, igualmente, tienen una fun-

(3) Furtado, Dimas Barreira, *Acción de Base en Educación Popular*, **Cadernos do CEAS**, No. 77, enero/febrero de 1982, pág. 55.

cionalidad existencial para los grupos populares porque se vinculan a sus estrategias de supervivencia. Estas acciones ocurren tanto a nivel de la producción (en una manifestación demandando nuevos puestos de trabajo, una huelga reivindicativa o un movimiento sindical), como pueden ocurrir a nivel de la reproducción social (a través de la lucha por poseer el terreno en donde se vive clandestinamente, de una protesta por mejores transportes, de una manifestación por el costo de la vida, etc.).

En muchos casos, estas resistencias pueden encontrarse en una etapa primaria, instintiva, de defensa y autoconservación. Otras veces reflejan estadios más avanzados de organización, como luchas por mejores salarios, por seguridad en el trabajo, por la educación de los hijos, por mejoras urbanas, transporte, vivienda, asistencia médica,



etc. A veces, la necesidad social se suma a las dificultades derivadas de las inclemencias del tiempo (sequías, inundaciones, deslaves, etc.), agravando la miseria. En cualquier caso, se configura una lucha por la supervivencia cuyo estadio va a depender de la correlación de las fuerzas sociales.

Lo importante aquí es que el agente externo entienda que estos movimientos se originan en los propios grupos populares, que los priorizan de acuerdo a sus necesidades básicas. La prioridad establecida indicará el grado de motivación que las personas tienen para participar en el movimiento y el compromiso de los grupos con cada lucha. Los grupos populares saben lo que les afecta inmediatamente, saben identificar a sus enemigos y distinguir los obstáculos. Lo que puede faltarles es saber cómo re-

solver eficientemente los problemas, o la fuerza suficiente para hacerlo.

Por lo tanto, no tiene sentido comenzar nuevos movimientos, ni crear necesidades artificiales. Los agentes externos deben ofrecer su apoyo técnico, económico, logístico, legal y político a los movimientos existentes, contribuyendo a su dinamización, crecimiento y realización.

Algunas veces, los agentes externos promueven hechos nuevos, que desencadenan la movilización de personas en función de algún objetivo provocado, y obtienen éxito en lo que emprenden. Sin embargo, esto es mucho más difícil y les ocasiona problemas metodológicos muy delicados a los agentes. Por otro lado, siempre se correrá el riesgo de imponer una cuestión que se cree necesaria y hasta se puede llegar a inducir al grupo para seguir y concluir la tarea propuesta, reproduciendo, así, las mismas formas de manipulación que pretendía eliminar.

Por lo tanto, siempre es preferible partir de hechos originados por los grupos populares, lo que permite situar nuestra acción en las formas más significativas y concretas de la expresión popular. Con esto, disminuirémos los riesgos de la influencia externa y anularemos nuestras imposiciones, dando la mayor autonomía posible a los grupos con los cuales pretendemos trabajar.

4. Trabajar con grupos. Un desdoblamiento de este principio es procurar trabajar con y valorizar a los grupos existentes en cada situación. Si ya existen grupos formales organizados, lo mejor será trabajar con ellos. Si no existen, se trabajará con los grupos informales que siempre existirán en cualquier comunidad o en cualquier categoría profesional. El trabajo de comunicación o educación popular no puede ser ejecutado con individuos aislados ni con una masa no diferenciada, como sucede en la comunicación colectiva. Al contrario, el método debe introducir siempre propuestas que creen la necesidad de reunir personas en torno a objetivos comunes, formando grupos de reflexión y acción. Al realizar el trabajo podrán surgir y formalizarse nuevos grupos, pero proponer desde el comienzo la formación de tales o cuales grupos, equivale a imponer relaciones artificiales y a crear situaciones extrañas a la comunidad.

5. Trabajar en torno a beneficios-medios. Todo trabajo educativo se debe realizar para obtener algún beneficio concreto para el grupo que participa. Así, siempre debe haber un asunto básico para motivar y congregarse a las personas. Este beneficio puede ser mejores salarios, incentivos para la agricultura, alfabetización, vivienda, mejoras en el campo de la salud, etc. La finalidad principal es que el beneficio sea tomado como un instrumento, como un medio en el proceso educativo. Los servicios de salud, de extensión rural, de educación de adultos y otros, constituyen un medio a través del cual se desarrolla el trabajo político y pedagógico. Los beneficios son actividades-medios y no fines principales de la educación y de la comunicación popular. Son el medio a través del cual se desenvuelve el proceso político pedagógico. Si bien los benefi-

*Los agentes externos
deben ofrecer su apoyo
técnico, económico, logístico
legal y político a
los movimientos existentes,
contribuyendo a
su dinamización,
crecimiento y realización.*

cios son importantes y necesarios, el agente no debe caer en la acción inmediata, creando situaciones en las cuales la participación popular se va a dar sólo para obtener una ventaja inmediata.

Un experimento educador popular llama la atención hacia el hecho de que cuando el objetivo central es la prestación de un servicio, lo que se pretende es mejorar el nivel de vida a través de algún beneficio material, y la mejor manera de hacerlo es mediante la práctica educativa. Si, por el contrario, el objetivo central es la educación, los beneficios materiales constituyen el medio a partir del cual el trabajo se desarrolla. En el primer caso, el compromiso de la población puede darse sólo por el prestigio del agente (el médico, el técnico rural, el profesor), para agradar al "doctor", retribuyendo su atención a la comunidad y "pagándole" el favor presta-

do; se establecería así un claro mecanismo de trueque, en donde participar significa retribuir un beneficio recibido. En estos casos, la práctica de los grupos no sobrepasa las acciones de carácter técnico, tendencia muy común cuando los grupos se desarrollan exclusivamente en torno a beneficios inmediatos (4).

6. Trabajar con lo cotidiano de las clases populares. Un desdoblamiento del punto anterior es partir de las preocupaciones cotidianas de las clases populares, como el desempleo, el subempleo, el trabajo, el salario, la legislación

les, institucionales, personales) son enormes y no pueden ser eliminadas de un momento a otro. Si las acciones educativas deben ser desarrolladas por los propios participantes y éstos son obreros, amas de casa, agricultores u otros trabajadores, los factores que inhiben y que van desde la disponibilidad de tiempo hasta las resistencias individuales, continuarán existiendo durante todo el proceso y serán motivo de lentitud y atraso. Por esto, el ritmo de trabajo debe ser determinado por quienes participan en él. No se puede forzar. El agente debe tener paciencia y saber esperar la respuesta natural de los grupos, respetando sus procesos de reflexión y madurez. Debe ser lo suficientemente hábil para, en cada momento, saber discernir cuándo se puede avanzar.

CONCLUSIONES

Las experiencias de comunicación popular indican que el proceso de democratización ha avanzado en la medida en que se superó el momento de la denuncia y del idealismo y se pasó a acciones concretas para dar voz a quien no la tenía.

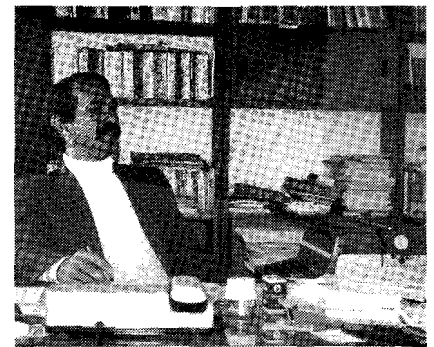
Pero democratizar significa más que ampliar el número de emisores, de canales, de mensajes. Significa, como ya se dijo, cambiar la perspectiva del proceso. Esta alteración es más profunda, más lenta y dolorosa, porque coloca cuestiones y desafíos nuevos para los cuales los comunicadores -aún los más comprometidos- no están preparados.

Las experiencias populares buscan revertir el proceso unidireccional de comunicación y tornarlo multidireccional. Pero esta reversión altera también el papel del comunicador. Antes, su función era transmitir, difundir. Los comunicadores más progresistas difundían contenidos alternativos, pero se limitaban a transmitir. En la comunicación popular, el paso que se quiere dar es mucho mayor. El comunicador ya no debe transmitir, sino utilizar su capacidad profesional para buscar oportunidades, abrir brechas, ayudar, apoyar, crear canales para que los grupos sociales se expresen.

Estas nuevas funciones implican la sustitución de los principios y de las prácticas profesionales tradicionales, sin tener todavía algo que ofrecer a cambio. Los nuevos principios y prácticas tendrán que ser buscados enton-

ces en la experimentación. La adopción de los principios aquí presentados son sólo un punto de partida que ayuda a disminuir las ambigüedades, pero que no garantiza el éxito de ningún trabajo popular. Este dependerá mucho más del sentido común y de la imaginación creadora de cada uno. En esta área, ningún entrenamiento previo podrá anticipar sorpresas. El comunicador popular va realizando su aprendizaje en el campo y a través de la experiencia práctica.

La tarea es difícil: se necesita trabajar con los grupos sin paternalismos ni extremismos, para hacerlos más críticos frente a los mensajes que reciben; ayudarlos a establecer prioridades en las informaciones, a diferenciar lo útil de lo superfluo; hay que estimular y ampliar las manifestaciones espontáneas; cultivar y entrenarles para que se expresen y comuniquen hábilmente. Es decir, en el límite del espacio democrático, trabajar para que los grupos de la sociedad civil tengan la posibilidad de conquistar espacios políticos y permitan avanzar el movimiento por la democratización de la comunicación y, por supuesto, el movimiento general por la democratización de las sociedades latinoamericanas. Pero sin paternalismo ni dogmatismos.



LUIZ GONZAGA MOTTA, brasileño, periodista y profesor, trabajó durante diez años en la Universidad de Brasilia, donde enseñó teoría y métodos de comunicación. Fue asesor académico de CIESPAL durante dos años y actualmente se dedica a consultorías y cursos como profesional e investigador independiente. Publicó diversos artículos en libros y revistas de varios países. Dirección: SHIN QL 06 CONJ. 1 CASA 18 71500 Brasilia, Brasil.

El trabajo de comunicación o educación popular no puede ser ejecutado con individuos aislados ni con una masa no diferenciada, como sucede en la comunicación colectiva.

laboral, la seguridad social, el costo de la vida, la vivienda, el abastecimiento, la alimentación, la tenencia de la tierra, etc. En cierta forma este principio contradice al anterior, porque enfatiza la necesidad de vincular la acción pedagógica a cuestiones que resultan en beneficios inmediatos. Pero si por un lado es necesario que los agentes vigilen, para evitar que las conquistas inmediatas sean la finalidad de sus trabajos, por el otro es preciso que se vinculen a la lucha por la calidad de la vida de los trabajadores, por la distribución de la riqueza y con los movimientos de la organización sindical, porque toda acción -aunque sólo persiga el aumento de la producción o de la renta- es siempre política.

7. Trabajar sin prisa. El comunicador-educador popular no debe esperar respuestas inmediatas ni resultados a corto plazo. Las dificultades de trabajo con grupos populares (estructura-

(4) Carvalho, Antonio Ivo, *Salud y Educación de Base - Algunas Notas*, mimeo, sin fecha.